

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Karoly Nurmik

**ÕPILASTE RAHULOLU PIKAAJALISE  
MAJUTUSTEENUSEGA KONSE MOTELLI  
NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Viin

Pärnu 2016

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži ..... osakonna juhataja

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

.....

(töö autori allkiri)

# SISUKORD

Sissejuhatus .....	4
1. Rahulolu ja pikaajaline majutus .....	7
1.1. Hooajalisus majutusasutustes .....	7
1.2. Pikaajaline majutusteenus .....	11
1.3. Kliendi rahulolu ja selle mõõtmine .....	15
2. Rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel.....	21
2.1. Konse Motelli üldtutvustus ja pakutavad teenused .....	21
2.2. Uuringu meetod, valim ja korraldus.....	23
2.3. Uuringu tulemuste analüüs.....	28
3. Uuringu tulemuste järelused ja analüüs .....	40
Kokkuvõte .....	53
Viidatud allikad .....	56
Lisad .....	60
Lisa 1. Küsimused õpilastele.....	60
Summary .....	61

## SISSEJUHATUS

Rahulolu on oluline organisatsiooni maine kujundamisel, konkurentsipüsimisel, kliendisuhete püsimisel ja ka kasumi teenimisel. Konkurents on turismiturul suur ja seega on ettevõtte seisukohalt tähtis tegevuse säilitamine ka madalhooajal. Mitmed majutusettevõtted leiavad hooajavälisel ajal alternatiive, oma teenuste müümiseks. On oluline, et klientide rahulolu oleks tagatud igal ajal, olenemata hooajast.

Teenuste kvaliteet turismis võib aga sageli oleneda ajast. Kõrghooajal, nt peamisel puhkuste hooajal (suvel) on hotellid tavaliselt täis ja teenusepakkujad peavad olema kiired, et tagada külastajate nõudmised. Teenusepakkujad ei pruugi suuta kõrghooajal võib-olla olla nii tähelepanelikud klientide suhtes, kui nad seda tahaksid. Teisest küljest võib aga teenuse kvaliteet langeda ka siis, kui kliente on vähe ja töötajates tekib igavus ja motivatsioon langeb. (Knutsun, 2009, lk 153) Seetõttu ongi oluline uurida klientide rahulolu ka hooajavälisel ajal, kui klientidele peaks pühendada olema rohkem aega.

Lõputöö teema valik on ajendatud probleemist, et Eestis on selgelt turismivaldkonnas eristatav madal- ja kõrghooaeg ning Eesti turismi iseloomustab suur hooajalisus. Suvel võib olla olukordi, kus võib tekkida puudus vabadest majutuskohadest, talvel aga on majutusasutuste keskmine täitumus madal. Talvel jääb keskmine voodikohtade täitumus iga-aastaselt alla 30%. Hooajalisuse tasandamiseks oleks vajalik luua juurde turismitooteid- ja teenuseid, mis ei sõltu niivõrd ilmastikust. Suvehooaja nõudluse kuhjumine juulikuule on samuti üheks hooajalisuse probleemiks. (Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2014-2020, 2013, lk 6)

Iga ettevõtte, kes turismialal tegutseb, peab seisma vastamisi erinevate väljakutsetega, sealhulgas ka hooajalisusega. See mõjutab suuremal või vähemal määral kõiki Eestis tegutsevaid turismiettevõtteid, kes majutusteenust pakuvad. Majutusteenus on

ööbimisvõimaluse ning sellega kaasneva kauba või teenuse müügiks pakkumine ja müük (Turismiseadus, 2001). Hooajalisuse vähendamiseks kasutatakse erinevaid strateegiaid, millega maksimeerida tulusid ja täituvust, olenemata hooajalisuse mõjudest (Burton, 2013).

Üheks strateegiaks võib pidada madalhooajal pikaajalise majutusteenuse pakkumist. Madalhooajal on näiteks mitmed turismiettevõtted valmis pakkuma pikemaajalist majutusteenust. Pikaajalist majutusteenust pakkuvad asutused on suunatud klientidele, kes soovivad erinevates sihtkohtades viibida pikemat aega ning soovivad seejuures peatuda mingis majutusasutuses (hotellis, motellis, külalistemajas jms). Pikaajalise majutusteenuse korral, veedavad kliendid majutusasutuses pikema perioodi, kui lühiajalise (1-90 päeva) majutusteenuse korral (Short-Term and Tourist Accommodation Working Party Report and Complaints Handling, 2004). Siis veedetakse majutusasutuses Pärnu linnas on mitmeid õppeasutusi, millel ei ole õpilaste jaoks õpilaselamuid. Õpilased on kohustatud selle tõttu leidma majutuseks alternatiivseid võimalusi.

Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada millised tegurid mõjutavad õpilaste rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel ning sellest lähtuvalt esitada ettevõttele ettepanekus olemasoleva teenuse arendamiseks. Eelnevast tõstatati antud töös uurimisküsimus: millised tegurid mõjutavad õpilaste rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel?

Lõputöö eesmärgiks püstitati järgmised ülesanded:

- klientide rahulolu ja pikaajalise majutusega seostuva kirjanduse läbi töötamine;
- Konse Motellitoodetest ja teenustest ülevaate andmine
- uuringu ettevalmistamine ja läbi viimine Konse Motellis peatuvate õpilaste rahulolu uurimiseks pikaajalise majutusteenusega;
- uuringu tulemuste analüüs;
- uuringust tulenevalt järelduste ja arendusettepanekute esitamine Konse Motellile.

Lõputöö koosneb kolmest peatükist, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks. Esimese osa esimeses alapeatükis, antakse ülevaade hooajalisusest majutusasutustest ja teine alapeatükk kirjeldab pikaajalise majutusteenuse eripära ning ka õpilaste majutamise

eripäradest. Esimese peatüki kolmas alapeatükk kirjeldab erinevaid rahulolu mõjutegureid ning kirjeldab ka võimalusi kliendi rahulolu mõõtmiseks ja mõõtmise vajalikkust. Teoreetiliste seisukohtade avaldamisel on tuginetud erinevatele teaduslikele allikatele. Kasutatud on erinevaid artiklikogumike, ingliskeelseid raamatutele ja nii eesti- kui ka ingliskeelseid internetiallikaid. Kasutatud on selliste autorite seisukohti nagu Butler, Lewinson, Parasuraman, Grigoroudis, Al-Msallam jt.

Kolmandas peatükis ehk empiirilise osa esimeses alapeatükis tutvustatakse lähemalt Konse Motelli ning antakse ülevaade seal pakutavatest teenustest. Teises alapeatükis kirjeldatakse uuringu eesmärki, meetodit, valimit ja korraldust. Kolmas alapeatükk sisaldab uuringu tulemuste analüüsi. Viimases, kolmandas peatükis esitatakse uuringu järeldused ja ettepanekud ettevõttele õpilaste rahulolu tõstmiseks pikaajalise majutusteenuse seisukohalt.

Töö juurde kuulub üks lisa, milleks on küsimustik, mille alusel õpilasi intervjueeriti. Antud lõputöö uuringu tulemused võiksid huvi pakkuda kõikidele ettevõtetele, kes lisaks tavamajutusteenuse pakkumisele, pakuvad madalhooajal pikaajalist majutusteenust, seda sealjuures ka õpilastele.

# 1. RAHULOLU JA PIKAAJALINE MAJUTUS

## 1.1. Hooajalisus majutusasutustes

Hooajalisus on turismiettevõtluse üks probleemidest, mis nõuab igalt ettevõtelt neile sobiva strateegia väljatöötamist, et hooajalisuse mõjud oleksid võimalikud vähetuntavad. Selles alapeatükis antakse ülevaade erinevate autorite tõlgendustest hooajalisusele, hooajalisuse mõjudest ning strateegiatest hooajalisusega toimetulemiseks.

Hooajalisus võib kaasa tuua mitmeid probleeme, mis vajavad erilist tähelepanu ja lahendamiseks erinevaid strateegiaid. Eelkõige mõjutab hooajalisus turistide arvu piirkonnas ja suur külastajate hooajaline kõikumine võib ohustada piirkonna ettevõtete elujõulisust. Hooajalisus ja sellega seotud sotsiaalsed ja majanduslikud mõjud on suureks probleemiks turismiettevõtlusele. (Lee, Bergin-Seers, Galloway, O'Mahony, & McMurray, 2008)

Hooajalisust mõistetakse turismis sageli kitsa tähendusena. Keskendutakse ainult erinevate aastaegade nõudlusele. Sellises määratluses on tipphooaeg juuli kuni august ning madalhooaeg novembrist kuni aprillini. Ülejäänud neli kuud on hooegade vahetumise vahelised kuud. (Kennedy & Deegan, 2001)

Hooajalisust võib defineerida kui tsüklilise iseloomuga turismi nõudlust. Jolliffe & Farnsworth (2003, lk 312) sõnul on hooajalisus üks olulisim, kuid samas ka üks keerukaim aspekt turismis. Turismimajanduses vaadeldakse hooajalisust kui väljakutset ning sageli probleemi, mis mõjutab paljusid valdkondasid.

Butler (2001, lk 5) defineerib turismivaldkonna sesoonsust, kui „ajalist tasakaalutust turismis“, mida võib väljendada külaliste arvus, liikluses maanteedel, tööhõives ja

vaatamisväärsuste sissepääsus. Butler väidab, et hooajalisus on üks peamisi turismivaldkonna iseärasusi.

Hooajalisus mõjutab mingil määral kõiki aspekte turismis, sealhulgas toodete/teenuste turustamist, tööturgu, huvigruppide juhtimist (vahendajad, tarnijad), ettevõtluse rahastamist jms. Butler märgib hooajalisuses kahte peamist tegurit: looduslikud tegurid ja institutsionaalsed tegurid. Need tegurid on olulisel määral ka üksteisest sõltuvad. Looduslikud tegurid on tingitud erinevatest kliimatingimustest – temperatuurist, sademete hulgast, lumesajust ja päevavalgusest. Institutsionaalne hooajalisus on tulemus inimeste otsustest ja on palju rohkem levinud ning vähem prognoositav, kui looduslikud tegurid. See on kombinatsioon religioossetest, kultuurilistest, etnilistest ja sotsiaalsetest teguritest. Religioossed perioodilised sündmused, puhkused või palverännakud, samuti koolivaheaajad ja riiklikud pühad on head näited institutsionaalsest hooajalisusest ning nende mõjust turismiteenuste tarbimisele. (*Ibid.* 2001, lk 6)

Turismialase tegevuse hooajaline koondumine on turismisihtkohtade ja seega ka turismiettevõtete jaoks üheks peamiseks probleemiks. (Duro, 2016, lk 1) Kui sihtkoha tipphooaeg on suvel, siis on tihti majutust pakkuvate ettevõtete ruumid sellel perioodil ülerahvastatud. Selle tõttu on sageli raske säilitada teenuse kvaliteeti ja muuta turiste rahulolevaks, et luua nendega positiivseid pikaajalisi suhteid. Teine probleem on seotud kõrgete tulude koondumisega ainult mõnele suvekuule. Kõrghooaja välise aja tulu on sageli väga madal, samas kui püsikulude jaoks on ettevõttel vaja aasta läbi samasuguseid vahendeid, kui kõrghooajal, mis tähendab, et sageli puudub kapital kulude katmiseks. (Jang, 2004, lk 821)

Majutussektori suhteliselt kõrged püsikulud, muudavad hooajalisuse asjakohaseks teemaks. Pikendatud hooaeg, väiksem varieeruvus turisminõudluses ja kõrgem hõivatusetase, on majutusettevõtete juhtide jaoks soovitud eesmärgid. Hooajalised kõikumised või liikumised ilmnevad igal aastal umbes sama perioodilisusega. (De Cantis *et al.*, 2011, lk 656)



Hooajalisus on harva lihtne nähtus ja võtab mitmeid vorme, mis kuvavad erinevaid külastamismustreid. Butler ja Mao (1997, viidatud Butler, 2001, lk 9, vahendusel) tegid kindlaks kolm peamist mustrit:

- **Ühe hooajaga (*single peak*) sihtkoht** – sihtkohad, kus on äärmuslik sesoonsus. Ühe kõrghooajaga sihtkoht, peamiselt suvehooaeg. Suvistel tipphetkedel võib sellistes kohtades olla talvisest ajast kümne kordselt suurem nõudlus.
- **Kahe hooajaga (*two-peak*) sihtkoht** – sihtkohad, kus on kaks põhilist hooaega. Peamiselt üks põhiline suvehooaeg ja väiksem talvehooaeg.
- **Mittehooajaline (*non-peak*) sihtkoht** - sihtkohad, kus otsesed hooajad puuduvad. See on iseloomulik urbaniseerunud piirkondadele. Sellistes piirkondades on külastuste arv üldiselt stabiilne, kuid mõningane hooajalisus võib esineda, kui külastajate arv on mõjutatud erinevatest hooaegadest sõltuvatest teguritest.

Murphy (1985, viidatud Pegg, Pattersona, & Vila Gariddob, 2012, lk 661, vahendusel) väitis aga, et hooajalisus võib mõnele ettevõttele olla tegelikult väga kasulik. Seda sellepärast, et tipphooajast taastumiseks peab olema aega. Sageli kasutatakse madalhooaega renoveerimiseks ja kohalikel elanikel on vajadus taastuda suurtest külastajate hulkadest, mis sihtkohtades kõrghooajal on. Butler (2001, lk 12) tõi välja asjaolu, et madalhooaeg on ainus aeg, kus kohalikud elanikud saavad tagasi pöörduda oma igapäevase elu juurde ja saavad tegeleda sotsiaalsete ja kultuursete tegevustega ning kasutada kohalikke asutusi ja mugavusi ilma suuremate ebamugavusteta.

„Võtme ära viskamine“ on uue hotelli avades tavapäraseks teguviisiks. See tähendab seda, et hotelli ei suleta kunagi. Ometi on hotellipidamine, isegi ärihotellidele, hooajaline äri. (Vallen & Vallen, 2013, lk 11) Hooajaväline tegevus tagab suuresti edu ka kõrghooajal. Et hooajavälisel ajal ettevõtte püsima jääks ja oleks võimalik maksimaalselt ettevõtte ressursse ära kasutada, pakub Butler (2001, lk 13) välja järgmiseid meetmeid:

- eristav hinnakujundus ja maksustamine – nt hooajast sõltuva hinna kujundamine, hinnakujundus kindla sihtrühma meelitamiseks;
- turu ja teenuste mitmekesistamine – nt tootesse sündmuste/festivalide lisamine, eri hooaegadel erinevate sihtrühmade püüdmine;

- uute atraksioonide ning sündmuste lisamine või täiendamine – nt kindlatele sihtrühmadele stiimuli loomine, eriürituste korraldamine;
- turuhaarde laiendamine;
- abi taotlemine parema olukorra saavutamiseks – nt teistelt turismiasutistelt või valitsuselt abi taotlemine.

On selge, et hotelli täituvuse hooajaline tulemuslikkus sõltub peamiselt sellest, millist tüüpi turusegmente hotellid teenindavad. Hotellid peaksid mõtlema peamise turunduseesmärgina, kuidas enda juurde tõmmata turusegmente, kes kõige tõenäolisemalt suurendaksid madalhooajal täituvust. Selle eesmärgi täitmine sõltub suuresti majutuse nõudlusest kohalikul turul ehk siseturistide seas ja eriturusegmentide otsimisest hooajaväliseks ajaks. Kui ettevõttele on oluline lisaturu leidmine, siis tuleb kindlaks määrata, milline oleks kõige tulutoovam turusegment ja määrata tegevused, mis aitaks nende uute turusegmentideni jõuda. Sellised tegevused peaksid põhinema usaldusväärsel turuinfo ja olema seotud sobiva turunduse planeerimise protsessiga. Mõne hotelli jaoks võib hooajaline sulgemine olla siiski jätkuvalt kõige tasuvam meetod sesoonsusega toimetulekuks. Teiste jaoks on turu intensiivistamise strateegiad kasutoovamaks valikuks, juhul kui suudetakse vähendada kõrghooaja ja madalhooaja täituvuse erinevusi ning hotelli ressursside ebapiisavat kasutamist. (Jeffrey & Barden, 2001, lk 137)

Kõrghooaja väline turg on mitmekesine. Et olla edukas, tuleb tähelepanu pöörata kindlate sihtrühmade meelitamisele ja teenindamisele, mitte kõikidele hooajaväliselt reisivatele klientidele. Sihtkoht peab mõistma oma konkreetsete klientide vajadusi ja soove ning erilised teguviisid ja strateegiad on vaja välja töötada. Erihuvil põhinevad tooted ja teenused on reisikogemuse keskpunktiks, seega kui mingi pakutav toode/teenus on suunatud sobivale turule, siis on külastajaid võimalik sihtkohta meelitada aastaringselt. (Karyopouli & Koutra, 2013, lk 58)

Majutuse nõudluse stimuleerimiseks peaks hotellipidajad kindlaks tegema, millised turud reageeriksid kõige tõenäolisemalt turunduskampaaniatele. Üheks turunduslikuks võimaluseks on eelnevalt piirkonda külastanud klientide veenmine korduvkülastusteks madalhooajal. Tubade hinna langetamine on kõige enam levinud stiimul külastajate võitmiseks. Sageli lisatakse ka puhkusepakettidesse täiendavaid teenuseid, mis tekitaksid

külastajatele lisaväärtuse. Lühiajalise väärtuse lisamine, ekstra toote või teenuse kaudu, võib olla väga edukaks strateegiaks, et ergutada madalhooaja nõudlust. Kui korduvad külastused nihkuvad madalhooajale või hooegade vahetumise ajale, saab sellega uusi kliente juurde võita ka tipphooajaks. Isegi kui väikese või keskmise suurusega hotellidel puuduvad vahendid, et meelitada aastaringselt puhkusereisijaid, võib hotellil olla võimalik ära kasutada asukoha või hotelli unikaalseid omadusi, et suurendada külastajate huvi hotellis madalhooajal peatumiseks. (Jeffrey & Barden, 2001, lk 137-138)

Hooajalisuse tasandamiseks on mitmete majutusettevõtete strateegiaks hooajavälisel ajal pakkutada majutusteenust erinevatele sihtgruppidele ja ka pikemaajaliselt. Mitmed majutusasutused pakuvad näiteks ühe erisihtrühmana hooajavälisest majutust õpilastele, kes seeläbi saavad erinevates hotellides, hotellides ja teistes sellistes asutustes elada lausa terveid õppeaastaid.

Hooajalisust ja selle mõjusid on võimalik kontrollida, kasutades erinevaid strateegiaid, mis ettevõtte on enda jaoks kohandatud. On väga vähe majutusettevõteteid, mis hooajast ei sõltu ja ei kannata selle negatiivsete mõjude all. Hooajalisuse tagajärgede mõju on võimalik taandada läbi tõhusate turundustegevuste, pideva tootearenduse jms. Järgnev peatükk keskendub pikaajalisele majutusteenusele, mis võib olla üheks hooajalisusega võitlemise strateegiaks ja lõputöö seisukohalt oluliseks teemaks.

## **1.2. Pikaajaline majutusteenus**

Pikaajalise majutuse pakkumine on paljudele majutusasutustele peamiseks tegevussuunaks. Sellist majutusteenust pakutakse aga ka tavategevuse kõrvalt, näiteks hooajalisusega võitlemiseks. Pikaajalist majutust pakutakse sellistele klientidele, kes on mingis sihtkohas pikemat aega ning vajavad elupaika, olgu nendeks siis õpilased, hooajalised töötajad jt. Järgnev alapeatükk kirjeldab pikaajalist majutusteenust, kes on pikaajalise majutusteenuse kasutajateks ning kes pikaajalist majutust pakuvad.

Pikaajalist majutusteenust (*extended stay*) pakuvad hotellid koguvad populaarsust kogu Euroopas. Sellise teenuse pakkujad proovivad pakkuda „kodu, kodust eemal“. Pikaajalist majutusteenust pakuvad asutused on spetsiaalselt suunatud klientidele, kes soovivad

pikemat aega viibida hotelli moodi asutuses. Nende ettevõtete ruumid on tavaliselt suuremad, kui standardsed hotelli ruumid ja sisaldavad tavaliselt ka kööginurka. Euroopas üldjuhul pikaajalist majutusteenust pakuvad ettevõtted pakuvadki klientidele täielikult sisustatud korterilaadseid ruume. (Geieregger & Oehmichen, 2008, lk 216-217)

Pikaajalist majutusteenust pakuvad majutusettevõtted, sisaldavad endas kõike, mida keegi, kes kodust pikemaajaliselt eemal on, võiks vajada. Nagu tavalist hotellituba, saab ka pikemaajaliselt kasutatavat tuba majutusettevõttes kiiresti rentida. Selliste ettevõtete toad on üldiselt varustatud kõigega, mis on normaalseks eluks vajalik. Pikaajalist majutusteenust pakuvad hotellid, pakuvad sihtkohas pikalt viibivale kliendile koduseid mugavusi (köök, voodi, tehnika jms) ilma, et oleks vajadus soetada päris enda kodu. Ja kui viibitakse sihtkohas vähem kui aasta, ei ole sageli korteri rentimine võimalik või otstarbekas ning seetõttu on sellised pikka majutusvõimalust pakuvad ettevõtted heaks lahenduseks. (Nutt, 2010)

Pikaajalist majutust pakuvad ettevõtted aitavad täita küll põhilisi eluaseme vajadusi, aga seejuures pakutavad tingimused võivad tekitada stressoreid, mis mõjuvad tervisele halvasti. Lärmakad ja soovimatud külalised, vähene privaatsus, puudulik soojus ja ventilatsioon, risustatud ruumid jms võivad külastajatele olla stressi tekitajateks. Sotsialiseerumisvõimaluste puudumine majutusettevõttes, segab külastajate suhtlust ja võib esile kutsuda hirmu ning kahtlast käitumist elanike seas. Valvekaamerad, toa ukse lukustamine, vastuvõtulaua töötaja ning ümbruskonnas patrulliva politsei olemasolu on selliste majutusettevõtete külastajatele olulisteks teguriteks turvalisuse seisukohalt. (Lewinson & Morgan, 2014, lk 246,260)

Ühes hiljutises külalislahkuse uuringus tuli välja, et pikaajalise majutusteenuse pakkumine majutusasutustes näitab kasvavat kasumimarginaali. (Krell, 2012 viidatud Lewinson & Morgan, 2014, lk 263 kaudu) Tänu elamiskulude (üür, kommunaalkulud, mööbel jms) koondumisele päevaseks, nädalaseks või kuiseks makseks, on pikaajalist majutusteenust pakkuvas majutusettevõttes elamine soodsam kui korteris või majas. Sellised majutusasutused pakuvad pikemaajalisi majutuskohti kõigile, kes on nõus maksma iganädalast/igakuist renditasu. Tavaliselt on nendeks ärimehed/ärinaised, lastega puhkajad, pikaajaliste lepingutega töötajad, õpilased jt, kes peavad sihtkohas

pikemaajaliselt peatuma. Selliseid kliente majutatakse samadel alustel nagu lühiajalisi kliente. (Lewinson, Hopps, & Reeves, 2010, lk 12-13)

Hooajavälisel ajal ei lähe igal majutusettevõttel nii hästi, kui oleks võimalik ja seega leiavad just väiksemad majutusettevõtted erinevaid võimalusi sissetuleku teenimiseks ja pikemaajalise majutusteenuse pakkumine on üheks võimaluseks, kuidas ettevõtte on madalhooaeg võimalik üle elada. Ühe erisihtrühmana majutatakse pikemaajaliselt (rohkem kui 90 päeva) õpilasi, kes omandavad haridust kodust eemal.

Õpilased, kes käivad kodust kaugel kooli, elavad sageli ka kodust eemal erinevates asutustes (ühisalamutes, majutusettevõtetes jms), et tagada endale haridus. Elu perest eemal, jätab kestvaid kogemusi õpilaste ellu. Õpilased õpivad iseseisvalt elama ja õpivad, kuidas teha kompromisse teiste õpilaste ja toakaaslastega. Selline keskkond annab võimaluse õpilaste omavaheliseks sotsialiseerumiseks. (Iftikhar & Ajmal, 2015, lk 511)

Ettevõtte, kes pakuvad õpilastele pikaajalist majutust, mängivad olulist rolli hariduse laiendamisel ja levitamisel. Need on andnud paljudele noortele meestele ja naistele võimaluse saamaks kõrgema hariduse, pakkudes majutust odavamal määral. Õpilasel, kellel ei ole hariduse saamise jaoks vastavaid asutusi nende läheduses, saavad kodust eemal elades selleks võimaluse. Õpilastele antakse võimalus koos elamiseks ja suhete loomiseks teiste õpilastega. Õpilaste grupilise elamise tulemust peetakse heaks. (Mishra, 1994, lk 1)

Õpilaste ühine elamine võib maksimeerida nende õpiedukust ja suurendada õpilaste püsivat töötamist kraadi saavutamiseks. Siiski on ilmnud, et teatud aja jooksul, võivad õpilased muutuda vähem rahulolevaks oma elukorraldusega, kui esialgu nad seda olid. Selle tulemusena nad sageli lahkuvad sellistest elamutest, et kolida isiklikku korterisse või mõnda korporatsiooni. (Hallisey, Harren, & Caple, 2015, lk 99)

Et maksimeerida majutusettevõtte kasumit, tuleb juhtkonnal ületada mitmeid piiranguid, mis on majutusteenustele omased. Nende hulgas on kiiresti riknev toode, liikumatu asukoht, määratud tarnevarud, kõrge kasumilävi ja hooajalisus majutusasutuses. Hotellipidamine on tsükliline, tõusu ja mõõna perioodidega. Tegevusharu traditsiooniliste tunnuste mõistmine (suurus, klass, tüüp ja tegevuskava), aitab kindlaks

teha uued kitsendused (kõik hinnas, majutus koos hommikusöögiga, butiik jms), mis oleks igale majutusettevõttele soovitud iseärasusteks. (Vallen & Vallen, 2013, lk 28) Üheks iseärasuseks on ka pikaajalise majutusteenuse pakkumine erinevatele sihtrühmadele, kelle hulka kuuluvad näiteks ka õpilased.

Eestis pakuvad pikaajalist majutusteenust, sealhulgas ka õpilastele, mitmesugused ettevõtted. Tallinnas on sellisteks ettevõteteks näiteks OldHouse Majutus, Hostel Tallinn, Dormitorium jt. Tartus pakub pikaajalist majutust näiteks Tartu Tervisespordikeskus. Pärnus pakuvad õpilastele majutusvõimalust sellised majutusasutused, nagu Vesiroos, Sadama Villa, Hotell Bristol, Villa Meri, Konse Motell jt. Samuti on õpilastel võimalik peatuspaika saada erinevates külaliskorterites. See näitab, et Eestis ei ole küll päris pikaajalisele majutusele spetsialiseerunud asutusi, vaid pakutakse sellist teenust põhisuuna kõrvalt.

Nii ettevõtete kui ka õpilaste seisukohalt on hea, et erinevate majutusettevõtete ukSED on õpilaste majutamiseks lahti, olgu nendeks siis hotellid, hostelid, motellid või teised sellised asutused. See tagab ettevõtetele igakuise kindla sissetuleku majutusteenust kasutatavatelt õpilastelt ja nii mõnigi ettevõtte saab hooajavälisel ajal sealt vajaliku sissetuleku.

Pikaajalist majutusteenust pakuvad ettevõtted püüavad klientidele pakkuda kodust tunnet. Mõeldakse kõige selle peale, mida läheks vaja klientidel, kes pikemaajaliselt mingisuguses ettevõttes peatuvad. Üheks heaks eeliseks selliste ettevõtete juures on see, et pikaajalise majutusteenuse puhul, kliendid maksavad kõikide kasutatud teenuste eest (vesi, elekter jms) tervikliku nädalase/kuise summa. Euroopas koguvad pikaajalist majutust pakuvad asutused populaarsust, kuid võrreldes Eestiga ongi sellised asutused just sellisele teenusepakkumisele suunatud ning ruumid on korteritaolised ning kõigega varustatud. Eestis pakuvad erinevat tüüpi majutusettevõtted pikaajalist majutust pigem lisastrateegiana täituvuse saavutamiseks.

### 1.3. Kliendi rahulolu ja selle mõõtmine

Üheks probleemiks tänapäeval klienditeenindusega tegelevatele ettevõtetele, on klientidele rahulolu tagamine. Kõik kliendid on erinevad ja neil on erinevad ootused. Seetõttu peavadki ettevõtted tegelema sellega, et iga erinev sihtrühm saaks selliseid teenuseid ja tooteid, mida nad ootavad ning mille eest nad ka maksavad. Ettevõtte ei tohi ära unustada asjaolu, et ka madalhooaja kliendid, ei ole vähemnõudlikud ning ka nende heaolu ja rahulolu on olulise tähtsusega. Kliendi rahulolu aitab ettevõtetel konkurentsipüüdluses ja ka kliente hoida. Rahulolu mõõtmise teel, saavad ettevõtted olla teadlikud ka sellest, mida oleks vaja või võimalik klientide jaoks paremaks muuta, et tagatud oleks suurem rahulolu. Käesolevas alapeatükis antakse ülevaade erinevate autorite seisukohtadest kliendi rahulolust ja kliendi rahulolust turismitootega. Samuti kirjeldatakse, miks rahulolu mõõtmine vajalik ja kirjeldatakse erinevaid kliendi rahulolu mõõtmise võimalusi.

Kliendi rahulolu uurimine on saavutanud teadlaste seas tohutu huvi viimase kümnendi jooksul. Uuringud näitavad, et rahulolevad kliendid on vähem hinnatundlikud ja nad ostavad rohkem tooteid ning teenuseid ning soovivad neid ka teistele. Seetõttu on rahulolu oluline faktor ettevõtte tuleviku kasumi jaoks, mis on saavutatud tänu klientide hoidmisele. Sellegipoolest on traditsioonilised eeldused, et kliendi rahulolu toob kaasa lojaalsuse, vaieldavad. (Asgarpour, Hamid, & Sulaiman, 2015, lk 1)

Cardozo (1965, viidatud Ali, Alvi, & Ali, 2012, lk 15 vahendusel) defineeris ühena esimestest mõisteid kliendi rahulolu ja võttis seisukoha, et kliendirahulolu tulemuslikkus on näha suurenevas korduva ostmise hoiakus. Setó-Pamies (2012, lk 1258) usub, et lojaalsus sõltub kliendi usaldusest ja kliendi rahulolu tasemest. Rahulolu on omakorda mõjutatud teenuse kvaliteedist. Tänu lojaalsusele, muutub ettevõtte turul konkurentsivõimelisemaks ja suurendab enda kasumit.

Vastavalt Yi (1991, viidatud Grigoroudis & Siskos, 2010, lk 4, vahendusel) uurimusele, võib kliendi rahulolu defineerida kahel peamisel viisil. Autor defineerib rahulolu kas tulemusena või protsessina:

- esimene lähenemisviis määratleb rahulolu lõpliku olukorrana või lõppolukorrana tulenevalt tarbimiskogemusest;
- teine lähenemine rõhutab tajutavat, hindavat ja psühholoogilist protsessi, mis annab panuse rahulollu.

Kuigi on erinevaid lähenemisi defineerimaks kliendi rahulolu, võib kirjandusest leida, et kõige populaarsemad neist põhinevad kliendi ootuste täitmisele. Churchill ja Suprenant märkisid, et nii ootused kui ka ettekujutused mõjutavad kliendi rahulolu, mis on määratud eelnevate ootuste, tajutud teenuse/toote olemuse ja mittevastavuse suuna ja hulga poolt. Organisatsioonide pööras on kliendi rahulolul ja klientide lojaalsusel. See tähendab, et nad säilitavad kliente ja julgustavad neid tellimusi kordama. Lisaks on klientide lojaalsusel ja klientide säilitamisel oluline mõju ettevõtte kasumlikkusele. (Asgarpour *et al.*, 2015, lk 2)

Turismi- ja hotelliettevõtluses, püüavad juhid leida viise, kuidas suurendada klientide rahulolu, komplitseeritud olustikus, milleks on klientide vajaduste suurenev keerukus ja turukonkurents. Rahulolu on seotud ettevõtte poolt pakutavate toodete kvaliteediga. Kvaliteetsed tooted ja teenused, annavad võimaluse müüa kallimaid tooteid ja teenuseid ning seeläbi suurendada kasumit. (Reis, Matias, & Azavedo, 2014, lk 5)

Oliver (1981, viidatud Ali *et al.*, 2012, lk 15-16, vahendusel) vaatas kliendirahulolu kui emotsionaalset reaktsiooni, mis tulenes mingist konkreetsest tehingust. Klientide mulje ettevõttest on olulise tähtsusega ning klientide emotsioonid määravad suuresti suhtumise ettevõttesse. On ka oletusi, et kliente saab mõjutada läbi ettevõtte siseste kvaliteedistandardite. Arvatakse ka, et klientide tuleviku ostukäitumist saab prognoosida klientide rahulolu taseme põhjal. (*Ibid.*, 2012, lk 16) Sageli on öeldud, et kliendi rahulolu on tunne ning kliendi lojaalsus on käitumine. Et klient jääks ettevõtet korduvalt külastama, peab ettevõtte tegema tööd. On selge, et see vajab rohkemat, kui rahulolu saab mõõta. Kolm lojaalsuse mõõdikut on rahulolu, valmisolek korduvostuks ja valmisolek teistele soovitamiseks. (Goldstein, 2009, lk 28)

Mitmed uuringud on uurinud tarbijate lojaalsuse ennustajaid ja enamus neist on märkinud, et toote/teenuse kvaliteet on kliendi lojaalsuse peakomponendiks. On leitud, et



teenuste kvaliteet mõjutab tarbijate lojaalsust läbi tarbijate rahulolu. (Ali *et al.*, 2012, lk 16) Klientide kavatsusi tagasi tulla kindlasse majutusettevõttesse, on tavaliselt seostatud lojaalsusega. Lojaalsust on defineeritud, kui „klientide tagasitulemise tõenäosust majutusettevõttesse ja selle inimese valmisolekut käituma kui ettevõtte partner”. (Berezan, Raab, Yoo, & Love, 2013, lk 4)

Lojaalsuse kontseptsiooni on sageli käsitletud turundustrükistes ja majutusasutuste poolt kõrgelt soovitud. Ettevõtete juhid peavad teadma, mis põhjustab klientide lojaalsust. Ühe suure osa klientide lojaalsusest ja rahulolust moodustab kindlus, et ettevõtet võib usaldada. Kliendi lojaalsuse tagajärjeks on see, et kliendid rakendavad positiivset suusõnalist turundust. (Berezan *et al.*, 2013, lk 4) Suusõnaline turundus (*word of mouth*), on turismis üheks kriitiliseks mõisteks, sest eeldatakse, et see on kõige usaldusväärsem. Potentsiaalsed kliendid otsivad enne ostmist kõigepealt ettevõtte toodete/teenuste kohta informatsiooni ja olulisel kohal on seejuures just erinevad kuuldused toote/teenuse kohta. Eelkõige turismi- ja hotellimajanduses, on klientidel rohkem võimalusi tootega ja teenusepakkujaga suhelda tarbimiskogemuse ajal. Klientide rahulolu mõistmiseks on vaja mõista nende emotsionaalseid vajadusi. (Asgarpour *et al.*, 2015, lk 3)

Valmisolekut maksmiseks seostatakse samuti rahuloluga. Uuringud on näidanud, et rahulolevad kliendid on üldiselt vähem hinnatundlikud ning lojaalsemad ja jätkavad oma eelistatud ettevõtte külastamist isegi siis, kui see tõstab oma hindu. (Berezan *et al.*, 2013, lk 4-5)

Kui rahulolu ei mõõdeta, siis ei saa ettevõtted olla teadlikud ka sellest, mida oleks vaja või võimalik klientide jaoks paremaks muuta, et tagatud oleks suurem rahulolu. Kliendi rahulolu on oluline mõõta ja sealjuures teha tulemused arusaadavaks, kasutades selleks erinevaid tegureid ning vahendeid, millest inimesed aru saavad.

Tarbija rahulolu uuringud algasid turundusvaldkonnas 1970-datel aastatel ja praegusel hetkel põhineb see toote/teenuse omandamisest saadud tulemuste võrdlemisel teatud standarditega. Võrdlemisel on tõenäolised järgnevad tulemused:

- kinnitus - tulemus vastab standarditele, viies neutraalsetele tunnetele;

- positiivne tulemus – saadud toodet/teenust peetakse standarditest paremaks ja tulemuseks on rahulolu;
- negatiivne tulemus – saadud toodet/teenust peetakse standarditest halvemaks ja tulemuseks on rahulolematust. (Al-Msallam, 2015, lk 234)

Seetõttu on üldtunnustatud, et rahulolu või rahulolematuse kindlakstegemiseks peab võrdlusi tegema klientide ootuste ja tajutud toote toimimise vahel (*Ibid.*, 2015, lk 235). Ettevõtte juhid peavad mõistma õige hinna ja rahulolu olulisust, et oleks võimalik ennustada kliendi lojaalsust ettevõttele. Et parandada lojaalsust ja kliendi rahulolu majutusettevõttes, peaksid ettevõtted välja töötama nende ettevõttele sobivad strateegiad. Strateegiad peaksid olema seotud aspektidega, millega majutusasutus saaks tagada oma klientide vajadused ja ootused ning mis looks ettevõttest hea mulje. Hind on vajalik ohverdus, mille klient annab vahetuseks teenuse eest. Seega parim strateegia on tagada ettevõttes teenuste kvaliteet õiglase hinnaga ning siis rõhuda ettevõtte imagole, pakkudes lisaväärtusi klientide säilitamiseks. (*Ibid.*, 2015, lk 243-244)

Kliendi rahulolu mõõtmine on üks olulistest aspektidest, mis puudutab kõiki tüüpi äriorganisatsioone, kes tegelevad klienditeenindusega ja tänapäevase ettevõtte pideva täiustamise põhimõtte. Sellel põhjusel peaks kliendirahulolu mõõtma ja tõlkima mitmetesse mõõdetavatesse parameetritesse. Kliendi rahulolu mõõtmist peetakse kõige usaldusväärsemaks tagasisideks, kuna see annab tõhusalt ja objektiivselt edasi klientide eelistused ja ootused. Kliendi rahulolu saab pidada kvaliteetsuse standardiks, mis tahes organisatsioonile. (Grigoroudis & Siskos, 2010, lk 1)

Et kindlustada igapäevaselt kliendikesksus, valib üha rohkem ettevõtteid kliendi rahulolu nende peamiseks tulemuslikkuse näitajaks. On aga peaaegu võimatu hoida kogu ettevõtet püsivalt ajendatud sellise abstraktse ja ebakonkreetses arusaama järgi, nagu selleks on kliendi rahulolu. Kliendi rahulolu mõõtmine tagab tunde edust ja saavutustest kõikidele töötajatele, kes osalevad mingil etapil klienditeenindus protsessis. (*Ibid.*, 2010, lk 1)

Klientide rahulolu mõõtmise tähtsust õigustab ka asjaolu, et kliendi käitumuslike omaduste analüüsi valdkond on koondanud oma huvi ostujärgsesse kliendi käitumisse.

Keskendutakse toote/teenuse kasutamise tulemuste hindamisele ja sellele, kuidas selline kasutamine mõjutab klientide tegevusi peale ostu. (Grigoroudis & Siskos, 2010, lk 2)

Peamised põhjused klientide rahulolu mõõtmiseks on (*Ibid.*, 2010, lk 2):

- kliendi rahulolu kujutab endas kõige usaldusväärsemat turuinfot. Sellel viisil on äriorganisatsioonil võimalik hinnata tema praegust asukohta konkurentsist ja selle järgi kujundada oma tulevikuplaane;
- suur hulk kliente väldivad oma kaebuste või rahulolematuse väljanäitamist toote või teenuse kohta, mida neile pakuti, kas teatavast isiklikust suhtumisest või sellepärast, et nad ei usu, et ettevõtte viib läbi mingeid parandavaid meetmeid;
- kliendi rahulolu mõõtmine võimaldab kindlaks teha potentsiaalsed turuvõimalused;
- ettevõtetes parenduste läbiviimine, võtaks arvesse klientide ootusi ja vajadusi;
- kliendi rahulolu mõõtmine võib aidata äriorganisatsioonidel mõista klientide käitumist ning iseäranis kindlaks teha ja analüüsida klientide ootusi, vajadusi ja soove.

Klientidele nende toodete/teenuste pakkumine, mida nad vajavad, on kliendi rahulolu tagamise lähtepunktiks. Suhteliselt lihtne viis, kuidas kindlaks teha, milliseid teenuseid klient eelistab, on lihtsalt neilt küsida. Klientide tagasiside ankeete kasutatakse kõige sagedamini majutusettevõttes klientide rahulolu väljaselgitamiseks. Tagasiside kaardid on tavaliselt hotellitubades, vastuvõtulaual või mujal nähtavates kohtades. (Holjevac, Markovic, & Raspor, 2010, lk 2) Tagasiside ankeet on lihtsa madala maksumusega vahend, kuid sealjuures võib see olla tõhusaks vahendiks, et hõlbustada suhtlust hotelli ja klientide vahel ning parandada juhtide teadmisi klientide ootustest. (Ogle & Fanning, 2013, lk 1-2)

Parasuraman jt arendasid välja SERVQUAL skaala, mis sai kõige populaarsemaks teenuse kvaliteedi ja seega ka klientide rahulolu mõõtmise vahendiks (1985, 1988, viidatud Holjevac *et al.*, 2010, lk 3, vahendusel). SERVQUAL mudel sisaldab viite komponenti:

- **usaldatavus** (*reliability*) – teenuse korrektne ja täpne osutamine, kliendi probleemide kiire lahendamine, täpne asjaajamine;

- **kindlus** (*assurance*) – teenindava personali proffesionaalsus, sõbralikkus ning võime tekitada usaldust ja kindlustunnet;
- **teenindusvalmidus** (*responsiveness*) – õige teenindushoiak, soov kliente aidata ja nende probleeme kiiresti lahendada, paidlikkus;
- **sisseelamisvõime** (*empathy*) – personaalse tähelepanu osutamine kliendile ja tema probleemidele, hoolivus ja arvestamine erivajadustega;
- **füüsiline keskkond** (*tangibles*) – teenindusettevõtte hoone, sisustus, seadmed, personali välimus, teenuseid tutvustavad reklaamvoldikud, sildid jm. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, lk 23)

Parasuramani jt uuringust tuleb välja, et usaldatavust peetakse kõige olulisemaks teguriks kvaliteedi hindamise juures. Kindlust peetakse teiseks tähtsamaks teguriks. Sisseelamisvõimet ja füüsilist keskkonda peetakse vähem tähtsateks, kuid siiski on need väga olulised kvaliteedi hindamise tegurid. (*Ibid.*, 1988, lk 31-35) Iga teenus on seotud teatud ettevõtetepoolsete lubadustega klientidele ning kuna kliendil pole võimalik neid lubadusi enne teenuse tarbimist kontrollida, siis on oluline, et kliendil oleks eelnev usaldus teenindava organisatsiooni suhtes. SERVQUAL mudeli põhjal saadakse samuti infot klientide ettepanekutest ning kommentaaridest. Klientide hinnangud aitavad ettevõttel teha parendusi suurema rahulolu tagamiseks. (Fedoroff, 2008)

Klient ootab rahuldust, kui nad on kulutanud raha mingi toote või teenuse peale. Kliendirahulolu tagab klientide ootustest ja soovidest lähtuv ettevõtte juhtimine. Seda tehes, on võimalus, et kliendid tarbivad seda toodet/teenust edasi ja klient muutub ettevõttele lojaalseks, mis on suuresti lojaalsega seotud. Kliendi ootuste vastamine tegelikkusele ja klientide arvamuste kuulamine tagab kliendirahulolu ning lojaalsuse ettevõttele. Kliendi rahulolu uuringu korraldamist võib igale ettevõttele pidada oluliseks tegevuseks. Rahulolu uuringu tulemused annavad vastuseid selle kohta, mis on klientide jaoks oluline ning millised on nende ootused. Kui kliendid näevad, et nende soove või ettepanekuid võetakse arvesse ja viiakse läbi muudatusi positiivsuse suunas, annab see võimaluse uute klientide leidmiseks, kui head sõna ettevõtte kohta levitatakse. Uuringu tulemustest lähtuvalt saab ettevõtte ise otsustada, kas ja millised tooted ning teenused vajavad arendamist ning millised võiksid vajada rohkem investeerimist ja mis vähem.

## **2. RAHULOLU PIKAAJALISE MAJUTUSTEENUSEGA KONSE MOTELLI NÄITEL**

### **2.1. Konse Motelli üldtutvustus ja pakutavad teenused**

Alapeatükis antakse ülevaade Pärnu Konse Motellist ja pakutavatest teenustest. See aitab luua selge ettekujutuse uuringus kajastatud ettevõttest ning toob välja, millistele teenustele keskendutakse madal- ja kõrghooajal Konse Motellis.

Konse Motell ja Karavankämping asub Pärnus Suur-Jõe 44a, Pärnu jõe kaldal. Tegemist on perefirma Rapijata OÜ ettevõttega. Südalinnast asub Konse Motell umbes 15-minutilise jalutuskäigu kaugusel. Suvehooajal on Konse Motell meelispaiaks neile, kes reisivad ringi auto- ja haagissuvilatega ning hoolivad rahust ja vaikusest.

Konse avati 2002 aastal ning kunagine raehärra ja ärimees Conze, andis Konse Motellile ja Karavankämpingule nime. Kesklinna läheduses, kuid samal ajal vaikselt ja rahulikult piirkonnas asumine, teeb Konsest vaikse puhkuse asutajatele meelispaiaks. Mere äärde, randa või kultuuri- ja meelelahutuskohadesse jõuab Konsest 10-15 minutilise jalutuskäiguga. (Konse Motell ja Karavankämping koduleht, s.a.)

Konse Motellis on kokku 31 tuba, 88 voodikohaga. Motellis on kahte tüüpi kaheseid ning kolmeseid tube. Mugavustega on kaksteist kahekohalist tuba ja viis kolmekohalist tuba. Mugavustega tubades on olemas wc, dušš ning televiisor. Maja teise korruse ühes tiivas on mugavusteta katuseaknaga toad. Mugavusteta tubade kasutajate jaoks on wc-d ja dušširuumid tubade kõrval koridoris ja need on kahe või kolme toa peale ühised. Motellis on ka esimesel korrusel kuus peretuba, kus on neli magamiskohta ja vajadusel on olemas ka lisavoodi paigutamise võimalus. Peretubades on wc, dušš, televiisor ja ka väike

kööginurk külmikuga, pliidiga, kohvimasina ja nõudega. Peretubadel on privaatne sissepääs, seega tubadesse pääseb nii koridorist kui ka õuest. (*Ibid.*, s.a.)

Enamikes tubades on olemas ka väikesed külmkapid toidu hoiustamiseks. Kõikidel külalistel on võimalik kasutada esimesel korrusel asuvat ühiseks kasutamiseks mõeldud kööki ja lisaraha eest ka pesumasinat koos kuivatiga. WiFi leviala on olemas kogu alal ja motelli esimesel korrusel on ka arvuti, mida külastajad saavad soovi ja vajaduse korral kasutada. (Konse Motell ja Karavankämping koduleht, s.a.)

Autosuvilaid mahub tipphetkedel Konse Motelli ja Karavankämpingu maa-alale korraga ligi 100. Kämpinguala piirneb igast küljest aiaga ning ühest küljest avaneb vaade jõele. Territoorium on valgustatud ja elektriühendusevalmidus on kõikidel laagriplatsidel. Autoturistidele on motelli esimesel kasutuseks eraldi wc-d ja duširuumid ning ka neil on võimalus kasutada ühiskööki, koos vajaliku tehnikaga. Olemas on ka keemilise wc tühjendamise võimalus. (*Ibid.*, s.a.)

Konse motellis töötab ka kohvik. Teenindatakse nii motelli kliente kui ka tänavalt sisse astuvaid juhukülastajaid (*walk-in*). Kohvikus pakutakse hommikuti külastajatele *buffet*-hommikusööki. Motellis asuvas kohvikus on hooajavälisel ajal võimalik pidada erinevaid pidusid, sünnipäevi, vastuvõtte, konverentse, peielaudasid jms. Erinevaid üritusi on Kones võimalik pidada ainult madalhooajal. Suvisel perioodil tegeletakse ainult majutuse pakkumisega.

Motellis on lisateenusena võimalik kasutada ka puuküttega sauna. Konsest on võimalik rentida sõude- ja pedaalpaate ning ka jalg- ja elektrirattaid. (*Ibid.*, s.a.) Motelli taga asub Jüri Jaansonirada, mida mööda jalutades saab nautida kaunist jõe äärt ning aktiivsematele klientidele annab hea võimaluse spordi tegemiseks. Mööda jõe kallast minevat rada, saab jalutada otse kesklinna.

Konse Motelli võib pidada ühe hooajaga sihtkohaks, kuna peamine sissetulek tuleb suvehooajal, sest peamiseks motelli tegevusalaks on karavanidega reisijate majutamine. Hooajavälisel ajal aga pakutakse Konse motellis pikemaks perioodiks soodsamate hindadega majutust näiteks õpilastele, hooajatöölisele jt. Õpilasi majutatakse motellis septembri algusest mai kuu lõpuni, kuid kokkuleppel on võimalik Konse Motellis peatuda

ka juuni kuu keskpaigani. Õpilasi majutub motellis iga-aastaselt orienteeruvalt kümnekond. Õpilased paigutatakse üldiselt mugavusteta tubadesse ning kahekaupa. Makstes lisaraha, on võimalus ka mugavustega toa saamiseks. Konse Motelli toa üürihinda makstakse igakuiselt ning sisaldab endas kõiki kulusid (majutus, kommunaalid jms). Ettevõtte ei tegele madalhooajal otseselt erisihtrühmade meelitamisega, vaid selline pikaajalise majutus võimalus on välja toodud ainult kodulehel.

Konse Motell ja Karavankämping on tegutsenud turismiturul ligi 14 aastat. Ettevõtte soovib oma klientide arvu hoida püsivana või veelgi kasvatada ning sealjuures on eesmärgiks ka teeninduskvaliteedi tõstmine. Samas aga puuduvad Konse Motellil kindlad turunduseesmärgid, -sihid ja -strateegiad. Keskendutakse peamiselt karavanituristidele ning seejuures on tahaplaanile jäänud kliendid, kes majutuvad motellis hooajaväliselt ja pikemaajaliselt. Ettevõttel puudub ülevaade, milline on klientide rahulolu ning sealjuures ka õpilaste rahulolu Konse Motelli pakutava majutusteenusega. Järgnevalt uuritakse õpilaste rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel.

## **2.2. Uuringu meetod, valim ja korraldus**

Käesolevas alapeatükis antakse ülevaade uuringu eesmärgist, metoodikast ja uuringu läbiviimise protsessist. Käesolevas lõputöös kasutatakse rahulolu uuringut, mille eesmärgiks oli selgitada välja Konse motellis viibivate või viibinud õpilaste rahulolu pakutud pikaajalise majutusteenusega. Samuti oli eesmärgiks uuringu tulemustest lähtuvalt esitada ettevõttele ettepanekud olemasolevate teenuste arendamiseks. Uuringus soovitakse leida vastuseid mitmetele rahulolu puudutavatele küsimustele, lisaks uuriti, kas õpilased on kasutanud erinevaid lisateenuseid ning kuidas nendega rahul oldi, kas on midagi, mida teha parema õppekeskkonna loomiseks, millised on parendamist vajavad asjaolud motellis, millised on ettepanekud õpilastelt jne.

Autor kasutab kvalitatiivset uuringumeetodit selleks, et saada täpsemalt ja detailide rohkemalt ülevaade sellest, mida õpilased pikaajalisest majutusteenusest arvavad. Viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud Konse Motellis elavate ning seal viimase aasta jooksul elanud õpilastega. Kasutati poolstruktureeritud küsimusi, sest see andis võimaluse intervjuu suunamiseks nii, et see võimaldaks koguda laialdaselt informatsiooni, samal

ajal lubades intervjuueeritavatel vastata ilma piiranguteta, kasutades nende enda sõnu ja väljendades enda isiklikke seisukohti. (Pegg *et al.* 2012, lk 661)

Poolstruktureeritud intervjuu puhul, on uurijal ohjad rohkem enda poolel ja ei ole keelatud intervjuu suuna muutmine. Traditsioonilises poolstruktureeritud intervjuu puhul, on intervjuuerijale antud vahendid intervjuu mõjutamiseks, kuid siiski intervjuueeritavatel säilib vabadus vastamiseks. Poolstruktureeritud intervjuude peamine eesmärk on saada intervjuueeritavalt subjektiivset informatsiooni tajutud toote/teenuse jms kohta. Selline intervjuu vorm annab võimaluse seotud teema kohta varjatud asjaolude leidmise ning annab võimaluse öeldu „ridade vahelt lugemiseks“. (Datko, 2015, lk 142-143)

Tavaliselt on intervjuerijal paberil intervjuu juhised/küsimused, mida ta järgib. Kuna poolstruktureeritud intervjuud sisaldavad tavaliselt avatud küsimusi ja arutelud võivad nihkuda intervjuu plaanist välja, siis on üldiselt parim, kui intervjuud lindistatakse ning hiljem transkribeeritakse analüüsi jaoks. (Semi-structured Interviews, 2006) Töö autor viis poolstruktureeritud intervjuud läbi ettevalmistatud küsimuste põhjal.

Küsimuste väljatöötamisel toetus töö autor teooriale. Töö autor kasutab uuringu küsimuste loomiseks erinevaid teorias tulenevaid pidepunkte. Kõige mahukama osa moodustasid küsimused, mis keskendusid SERVQUAL mudeli sisule, mis on välja toodud töö teooria osas (ptk 1.3., lk 17). Ei kasutatud SERVQUAL mudelile tüüpilist vastusteks mõeldud Likert skaalat, vaid töö autori ja teema seisukohalt oli oluliseks sisuliste hinnangute ja selgituste saamine. Sooviti saada hinnanguid rahulolule, ettepanekuid puudujääkide kõrvaldamiseks jms ning seetõttu ei olnud numbriliste tulemuste saamine otstarbekas.

SERVQUAL mudeli põhjal moodustati küsimused, mis uurisid õpilaste rahulolu füüsilise keskkonnaga (hoone, sisustus, seadmed, viidastamine), teenindusvalmidusega/usaldatavusega/kindlusega (töötajate suhtumine, sõbralikkus, abivalmidus, probleemide lahendamine) ning ettevõtte sisseelamisvõimega (erivajadustega arvestamine). (Parasuraman *et al.*, 1988, lk 23)

Teised küsimused koostati Lewinsoni ja Morgani uuringus väljatoodu põhjal (ptk. 1.2., lk 9). Küsimusega, mis puudutas õpilaste kodus käimist/mittekäimist, sooviti välja uurida,



kas motellis on olemas võimalusi sotsialiseerumiseks. Turvalisuse ning privaatsuse küsimused on samuti nende uuringus olulisel kohal ning ka töö autor, pidas neid rahulolu seisukohalt olulisteks teguriteks. (Lewinson & Morgan, 2014, lk 246,260) Teenuse hinda puudutav küsimuse lähtepunktiks on võetud Al-Msallam (2015, lk 243-244) uuringust välja tulev seisukoht (ptk 1.3., lk 15), et ettevõtte peaks kliendile tagama hinna ja kvaliteedi õige suhte.

Uuringu valimiks oli ettekavatsetud valim, ehk kuna uurimustöö keskendub Konse Motellis peatuvate või peatunud õpilaste rahulolule, siis valim moodustati nende seast. Valimisse võeti uuritavad, kes hetkel pikemaajaliselt Konse Motellis elavad või on seal elanud viimase aasta jooksul. See annab võimaluse välja tuua erinevusi, mis on Konse Motellis viimase aasta jooksul läbi viidud.

Intervjuud viidi läbi üheksa Konse Motellis hetkel elava või viimase aasta jooksul elanud õpilasega. Intervjueeritavatel küsiti samu küsimusi, mis andis hiljem võimaluse nende võrdlemiseks. Küsiti kokku 13 küsimust. Küsiti nii suletud küsimusi faktiliste andmete saamiseks, kui ka avatud küsimusi, mille abil said vastajad paremini oma hinnanguid ja arvamusi edasi anda. Igat õpilast intervjueeriti eraldi.

Igasuguse intervjuu puhul võib õigete küsimuste väljatöötamine võtta aega. On oluline koostada küsimused, mille põhjal sa saad andmed, millest sa oled uurijana huvitatud. Pilootuuring aitab välja selgitada, millistel küsimustel on mõtet ning millistel mitte ja kas vastused küsimustele tulevad sellised, nagu on oodatud. (Bricki & Green, 2007, lk 12-13)

Veebruari kuu lõpus toimus pilootuuring ühe Kones elanud õpilasega, millega selgitati välja intervjuu küsimuste võimalikud puudused. Pilootuuringu tulemusena muudeti mõne küsimuse sisu selgemalt mõistetavamaks ning muudeti ka küsimuste järjekorda, et need oleks loogilisemalt järjestatud ning tundlikumad küsimused (hind) viidi lõppu.

Intervjuud üheksa õpilasega viidi läbi vahemikus 01.03.16-13.03.16. Viie õpilasega viidi intervjuud läbi Konse Motellis koha peal. Ülejäänud neljale õpilasele, kes uuringu toimumise hetkel enam Kones ei elanud, leiti intervjueerimiseks sobiv aeg ja koht. Üks neist neljast intervjuust viidi läbi telefoni teel.

Poolstruktureeritud intervjuude puhul on enamasti olemas intervjuu plaan, mis sisaldab küsimusi. See on väga tähtis, et õiget küsimused saaksid küsitud ja püsiksid mees. Poolstruktureeritud intervjuude puhul on võimalik intervjueritavaid julgustada rääkima teemadel, mis ei tule spontaanselt välja. (Bricki & Green, 2007, lk 12-13)

Kõik intervjuud salvestati intervjueritavate nõusoleku alusel. Intervjuerimiseks kasutati eelnevalt koostatud küsimusi, aga kuna tegemist oli poolstruktureeritud intervjuudega, esitas intervjuerija vastajatele vajadusel täiendavaid või suunavaid küsimusi, mis aitasid saada sisukamad ja inforohkemad vastused.

Intervjuude käigus kogutud materjali süstematiseerimiseks ja koondamiseks transkribeeriti helisalvestatud intervjuud, ehk tulemused kirjutati ümber. Salvestatud intervjuu muudeti tekstiks, mis tegi andmed arusaadavamaks ning aitas kergemini jõuda jälile tähtsale informatsioonile. Transkriptsioonid sisestas töö autor Exceli programmi, et oleks kõikidest intervjuude küsimuste vastustest hea ülevaade. Intervjuude küsimuste vastused kodeeriti töö autorile selgeteks ja arusaadavateks tähtedest ning numbritest koosnevateks koodideks. Seejärel viidi läbi sisuanalüüs (*content analysis*). Andmeid kategoriseeriti nii deduktiivselt kui ka induktiivselt, kuna nii teooria põhjal moodustatud SERVQUAL mudeli kui ka teiste autorite uuringute põhjal moodustatud kategooriatele lisandus intervjuude käigus huvitavat ja asjakohast materjali.

Induktiivse ja deduktiivse lähenemise kombineerimisega on tegu siis, kui uurimuses kasutatakse nii teooriast tuletatud kui ka uusi andmetel põhinevaid kategooriaid. Deduktiivse lähenemise puhul on hea see, et see annab võimaluse olemasoleva teooria kasutamiseks ning saab seda toetada või täiendada. Induktiivse vaatenurga olemasolu töös, võimaldab uurijal olla avatud uutele asjaoludele ning on võimalus otsida ka teooriat korrigeerivaid või isegi ümberlukkavaid tõendeid. (Kalmus, Masso, & Linno, 2015) Tabelis 2 tuuakse esimeses veerus välja teoreetilise baasi põhjal moodustatud kategooriad, mille põhjal pandi kokku intervjuud küsimused ning seejärel kategooriad, mis kujunesid intervjuude käigus.

**Tabel 1.** Uuringu andmete kategoriseerimine

Esmased kategooriad	Intervjuude käigus moodustunud kategooriad
Usaldatavus	Kliendi taust
Kindlus	Klientide isiklikud tunded/harjumused
Teenindusvalmidus	Isiklikud huvid/soovid
Sisseelamisvõime	
Füüsiline keskkond	
Hind	
Privaatsus	
Turvalisus	

Allikas. Autori koostatud

Õpilasi uuringusse kaasates arvestati, et vähemalt üle poolte vastanud õpilastest oleksid uuringu läbiviimise hetkel Konse Motelli elanikud. See andis parema võimaluse adekvaatsema info saamiseks ning Konse Motellis varasemalt elanud õpilaste kaasamine uuringusse võimaldas erinevate muutuste leidmise, mis on Konse Motellis viimase aasta jooksul toimunud. Ühe varasemalt Kones elanud õpilasega viidi läbi pilootuuring, kuid peale küsimuste kohendamist, oli vastanu lahkelt nõus täiustatud küsimustele uuesti vastama ning neid andmeid kasutati ka põhiuuringus. Intervjuud viidi läbi ainult üheksa vastanuga, sest kahjuks uuringu koostamise hetkel elas motellis ainult viis õpilast ja uurijal õnnestus ühendust saada ainult nelja varasemalt Konse Motellis elanud õpilasega. Kuid kuna intervjuude vastustest ei ilmnenu väga oluliselt erineva suunaga vastuseid, siis töö autor leiab, et üheksa vastanut oli uuringu läbiviimiseks piisav.

Vesteldi kolme gümnaasiumiõpilasega, ühe juuksuri eriala, ehitusviimistleja eriala, kosmeetiku eriala, ärikorralduse eriala, ettevõtluse eriala õpilasega ning nõrkvoolusüsteemide paigaldajaks õppiva noorega. Õpilaste anonüümsuse ja andmete erapooletuse tagamiseks tähistati andmestikus iga õpilane suurtähtedest ja numbritest koosneva koodiga. Gümnasistidest õpilased on märgitud lühendiga GÜ, kutsekoolis õppivad õpilased lühendiga KU ning kõrgharidust omandav õpilane lühendiga KÕ. Intervjuu küsimused on ära toodud lisas 1.

### 2.3. Uuringu tulemuste analüüs

Uuringu käigus intervjueriti üheksat Konse Motelli ja Karavankämpingus elavat või viimase aasta jooksul elanud õpilast ning õpilaste anonüümsuse ja andmete erapooletuse tagamiseks tähistati andmestikus iga õpilane suurtähtedest ja numbritest koosneva koodiga. Tähekombinatsioonid GÜ, KU, KÕ tähistavad haridustasemele vastavalt gümnaasiumiõpilast, kutseharidust omandavat õpilast ning kõrgharidust omandavat õpilast. Lisaks iga tähe kombinatsioonile eelneb sidekriipsuga uus numbri ja tähekombinatsioon, vastavalt vastanu soole, kas N (naissoost) või M (meessoost) ja kahekohaline number, mis väljendab vastanu vanust. Näiteks kood M20-GÜ tähendab, et vastanu on gümnaasiumiõpilane ja on 20-aastane meessoost inimene. Kõikidele õpilastele esitati intervjuu käigus ühesugused küsimused, kuid vajaduse korral esitati suunavaid või täiendavaid küsimusi. Intervjuu küsimused on ära toodud lisas 1. Autori arvates on huvitav, et peale andmete süstematiseerimist, ilmnis erinevaid ühtseid seoseid õpilaste vanust või sugu silmas pidades. Kuna intervjueritavatelt küsiti ka seda, mida nad õpivad/õppisid, siis tulid mõnes kohas välja hästi ka erialased mõjutused.

Kuna rahulolu on erinevalt mõistetav, siis küsiti õpilastelt esmalt nende vanust ja eriala, millel nad õpivad või õppisid. Intervjueritavateks oli kolm 21-aastast õpilast, kolm 20-aastast õpilast, kaks 18-aastast õpilast ning üks 17-aastane õpilane. Vastanutest kolm olid gümnaasiumis õppivad, üks kosmeetik, juuksur, nõrkvoolusüsteemide paigaldaja, ehitusviimistleja, üks ärikorraldust õppinud ja üks ettevõtlust õppiv isik. Viis intervjueritud õpilast olid mehed ja neli naised. Selline info annab võimaluse erinevate seoste ja ühiste arusaamade leidmiseks.

Õpilaste käitumismustrite teadasaamiseks, küsiti intervjueritavatelt, kus nad eelistavad veeta oma nädalavahetusi. Kas ollakse Konse Motellis või eelistatakse käia kusagil mujal ning kas on mingeid kindlaid põhjuseid, kas ja miks Kones nädalavahetusi ei veedeta või veedetakse. Kõik vastasid, et eelistavad nädalavahetusi veeta võimaluse korral Konse Motellist väljaspool. Intervjueritavad pidasid oluliseks pere ja sõprade/tuttavate külastamist, sest nädala sees selline võimalus puudub. M20-KU ei olnud iganädalase reisimise vastu, teises linnas elava tüdruksõbra tõttu. Üheksast kaks vastanut märkisid, et kuigi eelistavad külastada nädalavahetuseti kodulinna, siis pigem tehakse seda üle ühe

nädalavahetuse või siis, kui on võimalus. N21-KU pidas oluliseks raha kokkuhoidu ning seetõttu ei pidanud arukaks iganädalast kojusõitu. N21-KÕ ajastas oma kodukülastused töögraafiku järgi. Ühegi intervjuueeritava vastusest ei kõlanud negatiivsuse ilmingut Konse Motelli kohta ja ei olnud rõhutatud midagi sellist, et motellis nädalavahetuse veetmine oleks täiesti välistud. M20-GÜ vastusest jäid kõlama sõnad: „*Konses on lahe olla*“ ning N21-KÕ lausus, et „*Konses on nädalavahetusesti hea olla*“. Kodust eemal elavate õpilaste tahe, külastada kaugemal asuvaid kodusid, on mõistetav, sest sellises vanuses noored, nagu olid vastanud, ei ole enamasti veel täiesti iseseisva elu peal ning tahetakse leida aega ka vanemate ja sõprade külastamiseks. Nädalast-nädalasse ühes kohas elamine, mis ei ole päris enda isiklik kodu, võib mõjuda kurnavalt, ning otsitakse vaheldust elule motellis. Kolm õpilast arvasid, et kui motellis oleks võimalik midagi põnevamat teha, kui toas istuda, veedaksid nad nädalavahetusi võib-olla samuti Konses. Vastusest ilmnes, et Konses nädalavahetuste mitteveetmine ei ole üldiselt põhjustatud motelli poolt, vaid tegu on pigem muude isiklike põhjustega, kuid erinevate vabaajaveetmise võimaluste lisandumine motelli, hoiaks kliente rohkem koha peal.

Mingi majutusettevõtte korduv külastamine klientide poolt, näitab positiivset arvamust, rahulolu ning usaldust ettevõtte suhtes. Pikemaajalise majutuse võtmine, annab märku sellest, et kliendi vajadused saavad kaetud ka pikemas perspektiivis ning ettevõtte suudab pakkuda kliendile seda, mida ta majutusettevõttes pikemaajaliselt olles vajab. Intervjuueeritavatelt küsiti, kui kaua on nad Konse Motellis elanud või elasid enne motellist lahkumist ning mis olid lahkumise põhjusteks. Neli intervjuueeritud õpilast elavad praegusel ajal Konse motellis ning viis on nüüdseks ajaks sealt juba lahkunud. Üks viiest õpilasest, kes praegusel hetkel Konse Motellis viibib, elab seal juba kolmandat õppeaastat. Samuti üks õpilane viiest, on Konses elanud kaks õppeaastat. Kolm ülejäänud koha peal viibivat õpilast, on motellis esimest õppeaastat.

Kolm ja kaks aastat Konse Motellis elanud õpilased on heaks märgiks sellest, et ettevõtte on usaldusväärne pikaajalise Fteisestmajutuse pakkuja ning tunneb oma kliente. Samuti näitab see seda, et ettevõttelt on võime täpselt ja korrektselt kliente teeninda, ehk nad on usaldusväärsed. Mitme esimese aasta õpilasest elaniku olemasolu näitab, et info Konsesest, kui pikemaajalise majutuse pakkujast õpilastele levib ning ettevõtte on iga-aastaselt

hooajaliselt valmis õpilaste majutamiseks ja teeninduse pakkumiseks. N21-KU lõpetas Konse Motellis elamise eduka kooli lõpetamise asjaolul, kuid ei ole siiski Konsele selga pööranud, vaid sellel aastal plaanib ta, juba kolmandat suve järjest, veeta selle Pärnus Konse Motelli kohvikus töötades. „*Konse väga toredas seltskonnas ja suvepealinnas aja veetmine, on super*“, märkis N21-KU. N21-KÕ otsustas, et peale kahte Kones veedetud õppeaastat, oleks aeg soetada endale isiklik elamine. N21-KÕ tõdes:

*Kones oli küll tore, kuid kui kõik mu sõbrad ja sõbrannad, kellega ma koos Kones elasin, koolid lõpetasid, jäi siin minu jaoks liiga üksildaseks ning kitsaks. Kolm aastat väikeses toakeses elamine, hakkab lõpuks piirama, eriti kui pead enamuse ajast omaette veetma.*

Üks õpilastest elas Kones ühe õppeaasta, esimene aasta veedeti Pärnu Kutsehariduskeskuse Ühiselamus. Ühiselamust suunduti motelli asjaoludel, et sooviti rohkem privaatsust ning täiskasvanulikumat suhtumist õpilastesse. „*Ühiselamus oli liiga suur ja pidev kontroll*“, lausus N21-KU. Õppetöö kestis kaks aastat ja seetõttu Konse Motellis ainult üks õppeaasta veedetigi. M20-GÜ elas Konse Motellis kõige vähem aega, elades seal alla aasta. Tema lahkumine motellist ei ole samuti seotud Konega, vaid edasi mindi elama Pärnu Kutsehariduskeskuse ühiselamusse, kus elasid tema vennad. „*Kones oli parem elada, ainult vendade pärast ma ühiselamusse läksin*“, põhjendas ta oma lahkumist.

Intervjuudest tuli välja, et motellis on olnud ja on ka hetkel mitmeid õpilasi, kes on motellis oleva elukorraldusega nii rahul, et seal veedetakse lausa mitu õppeaastat. Lahkumise põhjustena ei kerkinud esile mingeid otseseid rahulolematuse põhjuseid Konse Motelli kohta, mis oleks ajendanud õpilasi lahkuma või uut elamispinda otsima. Ainult ühe õpilase vastusest tuli välja asjaolu, et väikeses motellitoas mitme õppeaasta möödasaatmine võib muutuda kurnavaks, kuid see samuti ei näita Konse Motelli kohta seda, et õpilaste rahulolu ei ole tagatud, vaid kirjeldatud juhul oleneb siiski igast inimesest endast, millise elukorraldusega ollakse rahul ja millisega mitte.

Ettevõtte edukuse ja rahulolu määrab suuresti ära ka ettevõttele ligipääsetavus. Mida paremas kohas ja mida kergemini leitav ettevõtte on, võib oletada, et seda rohkem ja

lihtsam tal kliente leida ka on. Oluline roll on ka viidastamissüsteemil, mis kuulub ettevõtte füüsilise keskkonna hulka. Iga majutusettevõtte võiks näha vaeva sellega, et asutus oleks piisavalt nähtavaks tehtud kõikidele klientidele. Intervjueeritavatelt uuriti, kuidas on nemad rahul ettevõtte viidastamisega ja leitavusega. Kõik intervjueeritud õpilased väitsid, et nad on ettevõtte viidastamisega rahul ning kaheksa õpilast üheksast leidsid esimesel korral Konse Motelli minnes selle kergesti üles. N21-KÕ oli esimest korda saabudes, motelli leidmisega natukene raskustes, kuna tema jaoks oli tegu täiesti võõra linnaga.

Kolmel õpilasel aitaski just viidastus esimesel korral majutusettevõtte üles leida. Kolm õpilast võtsid asukoha otsimiseks abivahendina kasutusele GPS-i ning lisaks asukoha viidetele, said kaks õpilast asukoha kohta infot tuttavatelt, kes olid samuti varasemalt Konse Motellis elanud. „*Minu õde elas ka kunagi siin, seetõttu ma teadsingi juba varem, kus Konse asub*“, rääkis M17-GÜ. Üks intervjueeritud õpilastest sai Konse Motelli asukoha teada väga huvitaval viisil. „*Ma osalesin Jüri Jaanson'i jooksul. Nii mulle Konse jõe ääres silma jäigi, kui ma sealt mööda jooksin*“, meenutas M20-GÜ.

Mitmed õpilased mainisid GPS-i ja märkisid, et tänapäeval on peaaegu kõigil olemas mingi võimalus Interneti kasutamiseks ja seetõttu ei tohiks ühegi asukoha leidmine raskusi põhjustada. Kaheksa õpilast üheksast aga on näinud Konse Motelli kohta ka viiteid erinevates asukohtades. Lausa viis õpilast olid tähele pannud Konse Motelli asukoha viidet Pärnus Riia maantee ääres Kaubamajaka juures. On mõistetav, et suure tee ääres on tihedam liiklus ja kuna Kaubamajakas on üks suuremaid kaubanduskeskusi Pärnus, siis käib seal palju külastajaid ja silma võib kindlasti jääda ka seal lähedal asetsev suur reklaam Konse Motelli kohta. Paigutuse poolest on see strateegiliselt heas kohas ja piisavalt suur, et see tähelepanuta ei jääks. Üks õpilastest oli tähele pannud Konse kohalist viidet Tammsaare Selveri juures ja teine näinud viidet, lähenedes Konsele kesklinna poolt. Ühele õpilastest jäi silma ka Konse suunaviide Pärnu Liiva bussipeatuse juures, mis on motellile lähim. Neli intervjueeritud õpilast pidasid märkimisväärselt ka Konse Motelli aia taga asuvat suurt viidet, mis on väga hästi nähtav nii päeval kui öisel ajal, kui sõita motelli juurest mööda. Ka ettevõtte asukohas on hea, kui on silmapaistev reklaam ettevõttest või suurelt näha ettevõtte nimi. Konse Motellil on väga selgelt nähtav

silt ja see on väga positiivne, sest annab külastajatele teada, et nad on jõudnud õigesse kohta.

Privaatsust võib pidada kõigile oluliseks, eriti kui viibitakse kodust eemal ja tegu on majutusettevõtetega. Intervjueeritud õpilastelt uuritigi järgmiseks, kuidas hindavad nad privaatsust Konse Motellis elades ning, et saaks vastuseid võrrelda, küsiti ka seda, kas kellegagi jagatakse tuba. Üheksast õpilasest kuus õpilast jagasid kellegagi tuba. Seitse õpilast üheksast olid privaatsusega motellis enam-vähem rahul, kuid mitte täielikult. Kaks õpilast on privaatsusega väga rahul. Viis õpilast kuuest, kes jagasid kellegi teisega tuba märkisid, et ei saanud olla täielikult privaatsusega rahul, sest nende sõnul, toa jagamine nõuab toakaaslasega arvestamist ning asjade jagamist. Ei ole samasugune privaatsus, kui oleks üksi toas elades.

Kolm õpilast pidasid privaatsust häirivaks teguriks ka teisi Konse Motelli külastavaid inimesi, kellega tuli jagada pesuruumi, wc-sid ning ka kööki. Räägiti, et eriti suve poole on majas hästi palju erinevat rahvast, kes ei pruugi alati olla kõige meeldivamad. M20-KU lausus, et „*Pesema minnes tekib tunne, nagu elaks ühiselamus*“. Privaatsusega olid vähesel määral rahulolematud samal põhjusel veel kaks õpilast. M17-GÜ ja M18-KU ei tunnetanud kellegi poolt enda üle kontrolli ja seetõttu peavad nad motellis elamist väga privaatseks. Ka M18-GÜ on samuti rahul kontrolli puudumise üle ja ainult toakaaslase olemasolu pärast ei saanud ta olla privaatsusega täielikult rahul.

Vaadates, et kõige rahulolevamad olid privaatsusega kõige nooremad õpilased, paneb see aluse arvamiseks, et kõige vähesema privaatsusega on rahul nooremas eas õpilased, kes samastavad privaatsust kontrolli puudumisega. Ühe õpilase jaoks oli veidi häirivaks teguriks kaamerad, mis Konse Motelli koridorides olid. Ühest küljest olid need tema jaoks häirivad, kuna talle ei meeldinud selline jälgimine, kuid teisest küljest, pidas kaameraid turvalisust silmas pidades väga tähtsaks.

Turvalisus on nii õpilaste seisukohalt, kui ka vanemate seisukohalt, kes oma lapsed kodust eemale elama lasevad, tähtis asjaolu. Turvalisus tagab selle, et ettevõtte on kliente, eriti pikemaajalisi ööbijaid. Üheksalt intervjueeritud õpilaselt uuriti, kas nad on rahul turvalisusega Konse Motellis. Seitse õpilast üheksast väitsid, et nemad on



turvalisusega täielikult rahul ning kaks õpilast on turvalisusega enam-vähem rahul. Iga õpilase jaoks aga oli üheks suuremaks turvatunde tekitajaks tubade uste lukustamine, kui seal parasjagu ise ei viibitud ning samuti asjaolu, et motelli välisuks ööseks lukustatakse.

Kaks õpilast pidasid oluliseks kaamerate olemasolu, mis varguste või muude tõsiste korral, oleks aidanud süüdlase leidmisele kaasa. N21-KU lausus: „*Turvatunne oleneb paljustki inimesest. Näiteks iga inimese enda hirmutundest*“. Samal arvamusel oli ka N21-KÕ, kes enese isiklikust hirmutundest ei tundnud end motellis elades kunagi päris turvaliselt. Üks õpilastest oli samuti kuulnud juttu, et kunagi oli Konse Motellis keegi vargil käinud ning seetõttu isegi ukse lukustades, ei olnud täielik turvatunne tema jaoks tagatud.

Intervjueeritavatelt küsiti ka seda, kas Konse Motellist on õpilastel võimalik lahkuda ja tagasi tulla igal ajal või on mingid kellaajalised reeglid. Kõik õpilased olid ühisel arusaamal ja väitsid, et Konse Motellis puuduvad igasugused kellaajalised reeglid ning on võimalik motelli pääseda ning sealt lahkuda igal ajal. Kaks õpilast üheksast pidasid oluliseks viisakusest töötajatele hilise saabumise mainimist. Ülejäänud seitse õpilast ei pidanud seda aga vajalikuks, sest on teadlikud asjaolust, et öösiti on alati üks töötaja motellis koha peal, kes laseb uksele koputades või kella lastes õpilased uksest sisse. „*Käisin, kus tahtsin, millal tahtsin*“, oli N21-KU sellise korraldusega rahul. See näitab ettevõtte poolt empaatiat, vastutulevat suhtumist õpilastesse ning üleüldiselt kõikidesse klientidesse.

Majutusettevõtte füüsilise keskkonna, ehk üldkasutatavate ruumide ilme ning korrashoid on samuti ühele majutusettevõttele määravaks teguriks. Mida rohkem inimesi ruume kasutab, seda enam tuleb nende väljanägemisel silma peal hoida. Õpilastelt küsiti, milline on nende rahulolu Konse Motelli üldkasutatavate ruumidega, ehk siis motelli koridoridega, pesuruumidega ning wc-dega. Kaks õpilast väitsid, et nemad on üldkasutatavate ruumidega väga rahul. Ülejäänud seitse õpilast olid nende ruumidega leidsid, et oleks võimalusi midagi paremaks muuta, kuid üldiselt suuri puudusi ei leitud.

M18-GÜ, M18-KU ning M17-GÜ olid rahul ruumide korrasoleku ja puhtusega ning M17-GU arvates on Konse Motelli ruumid hubased. Taaskord ilmneb, et nooremas eas

meesterahvad on kõige leplikumad ja rahulolevamad, mis puudutab rahulolu ettevõtte füüsilise keskkonna alla kuuluvate üldkasutatavate ruumidega. Intervjueeritavate vastustest sellele küsimusele, tuleb välja, et naisterahvad on ruumide korrasoleku suhtes kriitilisemad ning nende rahulolu üldkasutatavate ruumide suhtes on väiksem. N21-KU ning N21-KÕ jaoks muutis ruumidega rahulolu väiksemaks asjaolu, et nendel oli palju kasutajaid, mistõttu ei pruukinud üldkasutatavad ruumid olla alati kõige paremas seisus.

Kolm õpilast arvasid, et ruumid on juba vanavõitu ja vajaksid remonti, et luua nendesse parem õhkkond. Kõige enam probleeme, tundub intervjuude põhjal olevat üldkasutatavate pesuruumidega. Lausa kolm õpilast nägid probleeme dušivoolikutega ja –peadega. Nende töökord on kloori tõttu muutunud halvaks ning seetõttu nähti probleeme veesurvega. Lisaks kaks õpilast olid duširuumides näinud hallitust ning üks õpilane ei olnud rahul vee äravooluga. M20-KU kes õpib praegusel hetkel ehitusviimistlust, võis pidada intervjuu tulemusena, lisaks naisterahvastele, üldruumide suhtes kõige kriitilisemaks, mis on õpitavat eriala arvestades ka igati mõisteta. Tema on üks neist, kes ei ole rahul dušivoolikute ja –peade korrasolekuga, veesurvega, ning ka üks neist, kes on märganud hallitust pesuruumides ja lisaks ka muutlikku veetemperatuuri võib tema meelest pidada probleemiks, mida annaks parandada.

Üsnagi rahul oldi aga ruumide puhtusega. Kõik üheksa intervjueeritud õpilast, pidasid seda heaks asjaoluks. Leiti, et koridorid on alati väga korras ning puhtad ning tavaliselt on seda ka pesuruumid ja wc-d. „*Eks need kõik ruumid on selles suhtes ajast ja arust ning remonti vajaks, aga need olid kõik puhtad. Mis on minu jaoks isegi olulisem,*“ väitis N21-KU.

Oldi arvamusel, et annaks küll uuendada näiteks pesuruumide sisustust, mis teeks pesemise mugavamaks või võidaks ka laiemas mahus uuendada motelli väljanägemist seest poolt, kuid motelli ruumide korrashoidu peeti heaks. Motellis on kaks koristajat, kes päevasel ajal koristavad motelli üldruume ning tube. Üldise korrashoiu eest vastutavad aga ka kõik ettevõtte klienditeenindajad.

Tubadega rahulolu võib pidada isegi tähtsamaks, kui rahulolu üldkasutatavate ruumidega, kuna seal on õpilaste isiklik ruum ja aega veedetakse seal tunduvalt rohkem. Töö autor

uuriski õpilastelt, milline on nende rahulolu magamistingimustega ning kas toas on mingeid mugavusi, mis on nende jaoks olulised ja kasulikud ning kuidas saavad nad nendega rahul olla. Positiivselt tuli ilmsiks, et kõik üheksa Konse Motellis elanud või elavat õpilast on oma magamistingimustega väga rahulolevad. Tube peeti korralikeks ja rahul ollakse ka voodi mugavusega. Oluliseks peetakse ka asjaolu, et toas olevad esemed on kõik terved ja korralikud.

Paar õpilast märkisid, et tuba võiks olla suurem, kuid ka praeguses toa suuruses ei leitud otseselt midagi halba. Kõik õpilased mainisid mugavustena ära tubades oleva televiisori ja külmkapi. Kolm õpilast olid väga rahul eraldi toas oleva vannitoaga ning üldiselt oldi rahul ka igas toas asetseva lauaga, mis andis võimaluse õppimiseks. Televiisori olemasoluga oldi rahul, kuid kaks õpilast pidasid televiisorit liialt vanaks ja väikeseks ning väitsid, et oleksid rohkem rahulolevad, kui televiisorid vahetataks uuemate vastu. N21-KÕ pidas oluliseks Eesti ja ka maailma uudiste jälgimist ning seetõttu oli televiisoriga toas väga rahul.

Suureks plussiks tubade juures peeti samuti isikliku külmkapi olemasolu, mis annab õpilastele võimaluse toas söögi hoidmiseks ilma, et tuleks see viia ühiskööki hoiule. Oldi rahul sellega, et kõik on käe ulatuses ja, et motelli tubades on piisavalt hea varustatus, et õpilastel oleks seal hea olla.

Teenindus on igale ettevõttele oluliseks edukuse määrajaks. Teenindajad on need, kes aitavad kaasa ettevõtte hea nime tekkimisele või võivad mainet hoopis rikkuda. Nii on ka majutusettevõtetes, mida külastab väga palju erinevaid kliente ning kellel on erinevad soovid ja ootused. Õpilased puutuvad teenindajatega motellis viibides kokku igapäevaselt. Teenindajatega kohtutakse, möödudes ettevõtte vastuvõtulest, makstes kasutatud teenuste eest, vajadusel suheldakse teenindajatega tekkinud probleemide lahendamise vms pärast. Seetõttu küsiti intervjuueritavatelt, kuidas hindavad nemad teenindust Konse Motellis ning milliseks võib pidada teenindajate suhtumist, abivalmidust ja probleemide lahendamist.

Õpilased hindasid teenindust Konse Motellis heaks ning mitmest intervjuust jäid kõlama sõnad sõbralikud, toredad, abivalmid, vastutulelikud, viisakad jms teenindajad. Leiti, et

Konse Motellis on tegemist väga heade, vastutulevate ning nooremeelsete teenindajatega, kellelt abi palumine või kellele mure kurtmine, ei tekitanud mingeid probleeme. Ainukesena vähesel eriarvamusel teenindusest ja teenindajatest oli ärikorraldust õppival N21-KU, kelle meelest võis teenidus olla isegi „*liigselt sõbralik*“ või kohati teenindajate „*tujust sõltuv*“. Kuid tema arvates oli see ka samal ajal arusaadav, et sinuga suheldakse vabamalt, kui tavakliendiga, kui oled juba ettevõttes mitmeid kuid elanud. Ärivaldkonnas on suur olulisus kindlasti professionaalsel suhtumisel ning seega võib eriala silmas pidades, õpilase vastusest välja lugeda õpilase arusaamasid professionaalsest teenindusalasest keelekasutusest ning suhtlusest. On aga väga positiivne see, et ühe suunana hooajalist majutust pakkuv ettevõtte, on tööle võtnud inimesed, kes oma tööd naudivad ning suhtuvad ka noortesse õpilastesse viisakalt ja sõbralikult, et muuta õpilaste kodust eemal olemine võimalikult lihtsaks ja meeldivaks.

Lisaks majutusteenusele on majutusettevõtete jaoks olulisel kohal ka lisateenuste müük. Olgugi, et hooajavälisel ajal pakutakse teenuseid lisaks teistele klientidele, ka õpilastele, on ettevõttel võimalus ka nende pealt lisaraha teenida. Intervjuueritavatelt uuriti, kas ja milliseid lisateenuseid on nad Konse Motellis kasutanud ning kuidas on rahulolu nendega olnud. Viis õpilast üheksast ei ole lisaks majutusteenusele motellis kasutanud ühtegi lisateenust. N21-KU oli kasutanud pesupesemise võimalust motellis ning lisaks kasutanud ka rattalaenutust, mida motell pakub. Õpilane oli saanud teenustega rahul, kuid oleks soovinud, et need oleks olnud väiksema lisatasu eest. Samal arvamusel oli ka N21-KÕ, kes oleks samuti soovinud pesupesemise eest maksta vähem raha, kuid oli siiski saanud teenusega rahul. Pesupesemise teenust on kasutanud ka M17-GÜ, kelle sõnul ei saanudki muud, kui rahul selle teenusega olla, sest kõik toimis ning makstud raha eest saadi seda, mida sooviti.

Kaks õpilast on kasutanud ka Konse Motellis asuva kohviku teenust. Mõlemad õpilased olid kohviku teenustega rahul. Heaks peeti nii teenindust, toitu kui ka kohviku väljanägemist. M20-GÜ oli rahul sellega, et soovi korral oli kohvikust võimalik osta ka erinevaid karastusjooke, mis välistas poes käimise vajaduse, kui sooviti ainult pudelit jooki. Majutusettevõtte seisukohalt on oluline, et ka kõik lisateenused oleksid toimivad

ja, et need ei viiks alla ettevõtte üldist ilmet. Õpilaste seisukohalt vaadatuna, ettevõtte lisateenused on heal järjel ning ootavad ainult rohkem kasutajaid.

Toitumine annab energiat ning ka õpilastele on seega võimalus toidu valmistamiseks tähtis. Konse Motellil on ühiskööök, mida võivad kasutada kõik seal viibivad külastajad. Õpilastelt saigi intervjuu käigus uuritud, kui rahul nad selle ühisköögiga on, kas köögis on olemas söögi valmistamiseks vajalikud nõud jms ning milline on sealse tehnika olukord. Samuti küsiti, kas kööki on võimalik kasutada endale sobival ajal, või on kehtestatud mingisugused reeglid. Kõik üheksa küsitletud õpilast märkisid, et kööki võivad kõik igal ajal kasutada, arvestada tuli ainult teiste õpilaste või külastajatega ning vajadusel tuli oodata oma korda. Neli õpilast üheksast olid köögiga väga rahulolevad, ülejäänud viis olid sellega enam-vähem rahul, ehk leidsid, et üldine köögi seisukord on hea, kuid võiks olla ka parem.

Kõik üheksa õpilast, pidasid väga heaks asjaoluks, et köök on varustatud söögi valmistamise jaoks vajalike pottide ning pannidega ning seetõttu ei pidanud nemad enam lisaväljaminekuid tegema ning muutis samas ka nende söögitegemise palju mugavamaks. Viis õpilast üheksast olid tehnikaga rahul ja leidsid, et kõik oli töökorras ning söögi valmistamiseks piisavalt heas seisus. Kaks varasemalt motellis elanud õpilast, leidsid aga, et köögis olev pliit on liiga vana ja kehv ning see vajaks vahetust. Kuna nemad Konse Motellis enam ei ela, siis nad ei olnud ka teadlikud asjaolust, et kööki on juba uuem pliit paigaldatud, kuid ka see ei ole päris uus ning kolm koha peal elavat õpilast samuti arvasid, et võidaks köögis olevat tehnikat uuendada. Kõik asjad pidavat olema küll töökorras, kuid sellegi poolest, leidsin nad, et tehnika võiks olla uuem.

N21-KÕ leidis, et tõsiselt tuleks mõelda köögi konditsioneeride peale. Tema motellis elamise hetkel olevat see tema meelest olnud puudulik ning tõsiselt tuleks mõelda pliidikubu vms lisamisele, et liigne rasv ja toiduaur, ei valguks mööda kööki ning maja laiali. Eriti hull pidi olukord olema siis, kui kellegi toit läks kõrbema, sest see lõhn kandus igasse motelli osasse. Ka see probleem on lahendatud peale õpilase motellist lahkumist, sest pliidi kohale on paigaldatud töökorras pliidikubu, mis näitab, et Konse Motellis tegeletakse aktiivselt probleemide lahendamisega. M20-GÜ oli küll väga rahul sellega, et köögis olid olemas kõik vajalikud esemed söögi valmistamiseks, arvas ta, et potid ning

pannid võiksid olla uuemad. Konse Motellis on väga hästi mõeldud sellele, mida külastajad võiksid vajada, kui on olemas selline võimalus isikliku söögi valmistamiseks, kuid tuleks ka mõelda sellele, mida külastajad vajaks, et söögi valmistamine oleks ka võimalikult kiire, meeldiv ja lihtne.

Pikaajalist majutusteenust Konse Motellis kasutavad peamiselt just õpilased ning seetõttu on oluline, et sealne õppekeskkond oleks nende jaoks võimalikult meeldiv. Sihtrühmale, milleks on õpilased, ei ole vaja teenust arendada küll täielikult õppekeskkonnaks, kuid sellist sihtrühma majutades, tuleks mõelda õpilaste põhilistele vajadustele ning ootustele, et oleks tagatud rahulolu. Intervjueeritavatelt küsiti, kas on midagi, mida ettevõtte võiks teha, et luua õpilastele veelgi meeldivam õppekeskkond. Lausa kaheksa õpilast üheksast pidasid oluliseks WIFI probleemide lahendamist. Märgiti, et WIFI on kohati katkendlik, aeglane ning levib osades maja osades kehvemini. Kuna õpilaste koolitöö jaoks on Internet sageli väga olulise määraga, siis on ka selge, miks seda oluliseks peetakse.

M17-GÜ leidis lisaks, et oleks hea, kui õpilased saaksid ka motelli välisukse võtme, et öösiti saabudes saaks lihtsa vaevaga uksest sisse, töötajaid häirimata ja ka ilma ootamata, sest temal on juhtunud olukord, kus töötaja tegutses hilisel ajal kohvikus ning tükk aega ei kuulnud teenindaja saabunud õpilase saabumist, mistõttu tuli oodata väljas. Selliseid olukordi klientidega aga juhtuda ei tohiks.

N21-KU arvas, et kui paigutada kõik õpilased motellis rohkem ühte kohta, teistest külastajatest eemale, oleks õppekeskkond meeldivam ja ka kindlasti rahulikum. Selline paigutusviis, oleks üheks viisiks, kuidas luua õpilastes ühtsem tunne. M18-GÜ oleks huvitatud teisest köögist, näiteks motelli teisele korrusele, et söögi tegemine oleks privaatsem ning mõeldudki rohkem just pikaajalise majutuse elanikele. Praegusel hetkel on motellis üks ühiseks kasutamiseks mõeldud köök, mida saavad kasutada nii karavanidega kliendid, kui ka motelli poole peal ööbivad külastajad. Suve alguse ja lõpu poole võib lisaks õpilastele olla köögil väga palju teisi kasutajaid.

N21-KU rääkis, et tema jaoks oleks meeldivam olnud, kui õpilastele oleks olnud eraldi sissepääs. Tema sõnadel, oli vahepeal tema jaoks küllaltki ebameeldiv, kui „*vaadati koguaeg, et kes läheb või tuleb ja kellega.*“ M20-GÜ oleks soovinud tubadesse rohkem

võimalusi enda asjade paigutamiseks, kuna temal oli toas ainult üks lahtine riiul. Kolm õpilast märkisid, et tubades on halb valgustus ning tuleks mõelda selle parandamisele. Ainult üks, küllaltki lahjavõitu laelamp jätab toa hämaraks ning pikemas perspektiivis võib õppides juba mõjuda silmadele halvasti. N21-KÕ lausus: „*Tõin tuppa enda isikliku laualambi, kuna toas oli liiga pime. Sellele peaks ettevõtte tähelepanu pöörama, mitte kliendid ise.*“

Rahulolu hinna ja kvaliteedi suhtega külastajate silmis, annab otseselt ettevõttele märku, kas nende pakutavate teenuste hind on ka reaalsuses samaväärne saadava teenusega. Üheksalt intervjuueeritud õpilaselt küsitigi, kuidas on nemad rahul Konse Motelli hinna ja kvaliteedi suhtega. Kaheksa õpilast olid hinna ja kvaliteedi suhtega väga rahul. Leiti, et makstud hinna eest saadakse piisavalt head teenust ning motellis pikemaajaliselt elamise jaoks on olemas kõik vajalik ning noortel on vabadus, ehk ei ole kellegi poolt pidevat kontrolli, vaid elatakse omasoodu. M20-GÜ leidis ainukesena, et teenus oleks võinud olla natukene odavam, kuid märkis siiski, et makstud raha eest „*sai piisavalt head teenust küll*“. Üks õpilastest mainis, et esimesel õppeaastal oli üürihind odavam, kui teisel aastal, kuid siiski pidas hinda teenuse vääriliseks ja oli nõus maksma ka kallimat hinda.

Õpilastelt uuriti samuti, kuidas toimub saadud pikaajalise majutusteenuse eest maksmine ning kuidas on nad sellise korraldusega rahul. Kõik üheksa vastanut olid maksmiskorraldusega väga rahul. Kõik mainisid, et Konse Motellis on väga paindlik ja õpilastega arvestav maksmissüsteem. On küll määratud kuupäev, milleks peaksid õpilased igakuiselt kuu raha maksma, aga väideti, et kui makstakse ka mõne päev, või isegi nädal hiljem, ei tehta sellest suurt probleemi. „*Paljutki oli maksmise aeg kokkuleppe küsimus*“, rääkis N21-KU. Väga positiivseks peeti ka seda, et võimalik oli maksta nii kaardiga, kui ka sularahas. Maksti selles, mis parasjagu mugavam oli. „*Tuled ja maksad käigupealt selle raha ära. Väga mõnus*“, lausus M17-GÜ. Maksta saab raha igal ajal Konse Motelli vastuvõtuletti, mis teeb maksmise väga lihtsaks ja kiireks. Paindlik maksmissüsteem pikaajalise teenuse kasutajate suhtes, näitab ettevõttepoolset empaatiat, teenindusvalmidust ning tekitab õpilastes kindlasti ka kindlustunde ettevõtte suhtes.

### **3. UURINGU TULEMUSTE JÄRELDUSED JA ANALÜÜS**

Rahulolu uuringu eesmärgiks on välja selgitada tegurid, millega kliendid on rahul ning millistega mitte. Rahulolematuse korral, on oluline, et ettevõtte võtaks klientide tähelepanekuid arvesse ning teeks vastavaid parandusi, mis parandaks olukorda ja annaks klientidele märku, et nende arvamus on oluline ja tehakse kõik endast olenev meeldivama külastuskogemuse saamiseks.

Kui tegemist on pikaajalise majutusteenuse pakkumisega ja klientideks on õpilased, kes veedavad majutusasutuses aega pikaajaliselt, siis on eriti oluline, et pakutav teenus oleks ühtlaselt heal tasemel ning peetaks silmas pikaajaliste klientide vajadusi. Klientide rahulolu näitab ettevõtte ja pakutavate toodete/teenuste tulemuslikkust. Kui majutusasutuse hooajavälisel ajal pakutakse hooajalist majutust just õpilastele, siis tuleb ettevõtte end selliste klientide olemust silmas pidades kohandada neile sobivaks.

Uuringu eesmärgiks oli selgitada välja Konse motellis viibivate või viibinud õpilaste rahulolu pakutud pikaajalise majutusteenusega ning sellest lähtuvalt esitada ka ettevõttele ettepanekud olemasoleva teenuste arendamiseks. Tuginedes läbi viidud uuringu tulemustele ja lõputöös püstitatud eesmärgile, on võimalik teha ettevõttele mitmeid ettepanekuid konkreetseteks tegevusteks, et parandada hooajalist majutusteenust kasutavate õpilaste rahulolu. Ettevõttele soovituslike ettepanekute tegemisel toetutakse teoreetilisele osale ja uuringu analüüsi tulemustele.

Uuringu tulemustest selgus, et õpilased on Konse Motelli poolt pakutava pikaajalise majutusteenusega üldiselt rahulolevad. Uuringu tulemustest ei selgunud ettevõtte pikaajalise majutusteenuse kohta suuri asjaolusid, mis õpilaste rahulolu alla viiks, vaid ilmnes mõningaid väiksemaid aspekte, mida annaks õpilaste rahulolu suurendamise



seisukohalt parendada ning aitaks kaasa ka uute, samast teenusest huvituvate klientide leidmisele.

Uuringust tuli välja, et suusõnaline turundus on Konse Motelli juures tähtsusega. Lausa kaks õpilast märksid, et infot ettevõtte kohta said nad kellegilt tuttavalt. Motelli kohta ilmneb asjaolu, et rakendatud on positiivset suusõnalist turundust (*word of mouth*), sest selle kaudu on ettevõtte saanud kliente juurde. Berezan *et al.* (2013, lk 4) sõnul näitab see kliendi lojaalsust ja rahuolu ettevõtte suhtes. Asgarpour *et al.* (2015, lk 3) peavad suusõnalist turundust väga usaldusväärseks rahulolu näitajaks, sest see näitab kas ettevõttega ollakse rahul või mitte.

Konse Motell võiks aga mõelda erinevate asutuste või koolidega koostöö tegemise peale, et madalhooajal meelitada õpilasi pikaajalist teenust kasutama. Praegusel hetkel seda ei tehta, vaid teenust pakutakse neile, kes sellise pikaajalise majutuse võimaluse on ise üles leidnud ettevõtte kodulehelt või on seda kellegi teise kaudu kuulnud. Karyopouli & Koutra (2013, lk 58) väidavad, et madalhooajal tagaks ettevõtet edu, tuleb luua strateegiad, mis soovitud kliente ettevõttesse meelitaks. Töö autor sellega nõustub, sest klientuuri loomiseks peab ettevõtte ka ise vaeva nägema, mitte lootma ainult suusõnalisele turundusele.

Konse Motelli hooajalist majutusteenust kasutavate õpilaste vastustest selgus, et motellis veedetakse enamasti ainult nädalasisene aeg ning nädalavahetusteks eelistatakse motellist lahkuda kodulinnadesse. Vastustest ei ilmnenud küll ainsatki motellist mõjutatud lahkumispõhjust, kuid märgiti, et vaba aja veetmise võimalused puuduvad. Seega võib järeldada, et nädalavahetuseti motellis ei viibita, kuna motellis pole noortel õpilastel midagi teha, peale oma toas viibimise. Iftikhar & Ajmal (2015, lk 511) väitsid, et õpilaselamu keskkond peaks andma võimaluse õpilaste vaheliseks sotsialiseerumiseks. Uuringust tuli välja, et otseseid sotsialiseerimisvõimalusi pole ning see segab elanike omavahelist suhtlust. Selline uuringu tulemus, kinnitas ka Lewinson & Morgan (2014, lk 246) seisukohta, et kui majutusettevõttes puuduvad otsesed võimalused sotsialiseerumiseks, siis selle tulemusena ka elanike omavaheline suhtlus kannatab.

Õpilaste paigutamine motelli ühtsesse piirkonda oleks töö autori meelest üheks lahenduseks. See tagaks rahulikuma õppekeskkonna ja annaks parema võimaluse noorte vaheliseks sotsialiseerumiseks, mis Lewinson ja Morgani (2014, lk 246) meelest on tähtsaks asjaoluks ettevõttes, kus külastajad viibivad pikaajaliselt. et õppeaastad rõõmsamalt ning edukamalt mööduks. Ka Mishra (1994, lk 1) väidab, et õpilaste koos elamine tagab häid tulemusi.

Töö autori meelest oleks näiteks teiseks lahenduseks rahulolu tõstmiseks, võimalik motelli luua vaba aja veetmiseks eraldiseisev koht/ruum, kus õpilased ja muidugi ka teised kliendid saaksid ühiselt näiteks televiisorit vaadata, jutustada jms tegevusi teha. Võimalik oleks teha see alale, mis asub motelli kohviku kõrval ja kasutust leiab ainult kohvikuala suurendamiseks erinevate klientide poolt tellitud pidude ajal. Selliseid üritusi on aga motellis vähe, mis vajaks nii suurt ruumi ja väga palju aega aastast, seisab see ruum kasutuseta. Motelli teisel korrusel on küll üks kahe koridori vaheline ala, kus on televiisor, laud ja paar tooli, kuid kuna tegu on nii läbikäidava alaga ja asub tubade läheduses, siis arvatavasti noored ei tunne end seal mugavalt ning see ei leia nende poolt kasutust.

Uuringust tuli välja ka, et mõnele õpilasele võib pikema aja jooksul vaikne ja rahulik keskkond muutuda kurnavaks, eriti kui puuduvad sotsialiseerumismõimalused. See kulmineerus ühe õpilase motellist lahkumisega ja enda isikliku korteri kasuks otsustamisega. Ka Hallisey *et al.* (2015, lk 99) uuringust tuli välja, et pikalt ühes asutuses viibivad õpilased võivad ajapikku muutuda rahulolematuteks oma elukorraldustega ja sageli ka mujale lahkuda.

Õpilaste paigutamine motelli ühtsesse piirkonda oleks töö autori meelest heaks lahenduseks. See tagaks rahulikuma õppekeskkonna ja annaks parema võimaluse noorte vaheliseks sotsialiseerumiseks, mis Lewinson ja Morgani (2014, lk 246) meelest on tähtsaks asjaoluks ettevõttes, kus külastajad viibivad pikaajaliselt. et õppeaastad rõõmsamalt ning edukamalt mööduks. Ka Mishra (1994, lk 1) väidab, et õpilaste koos elamine tagab häid tulemusi.

Konse Motellis peatuvad õpilased olid üldiselt rahul ka ettevõtte viidastamissüsteemiga. Oldi suhteliselt ühisel arvamusel, et motelli on lihtne leida ja Pärnu linna peal on erinevates asukohtades olemas ka viidad, mis suunavad majutusasutuse poole. Viidasüsteem kuulub ettevõtte füüsilise keskkonna alla ning on väga positiivne, et enda ettevõtte leitavuse peale on raha panustatud, sest ka see on Parasuraman *et al.* (1988, lk 23) SERVQUAL kvaliteedi hindamise mudeli järgi üheks rahulolu mõjuteguritest. Töö autor leiab aga, et Konse Motelli puudutavad viidad koonduvad suhteliselt ühte piirkonda ja kasuks võiks tulla motelli viite lisamine asukoha-aadressiga Pärnu Ülejõe piirkonda, mida näeksid paremini näiteks kõik Tallinna poolt tulevad kliendid. Selline teguviis teeks ettevõtte veelgi rohkem märgatavaks ja tuleks kindlasti kasuks ka lisaklientide leidmisele. Pikaajaliste klientide seisukohalt, ei ole viidasüsteem küll oluline rahulolu määraja, kuid esmamulje tagamiseks siiski oluliseks aspektiks.

Privaatsust võib pidada kõigile oluliseks rahuloluga seotud teguriks, seda ka õpilastele, eriti kui nii palju aega tuleb keskenduda õppimisele ja parim on seda teha just vaikusel ja privaatsel keskkonnas. Uuringu tulemustest selgus, et kõik Konse Motellis viibivad ja viibinud õpilased on motellis oleva privaatsusega suhteliselt rahul. Kõige rahulolevamad olid privaatsusega uuringus osalenud kõige nooremad (17-18 aastased) meessoost õpilased, kelle vastustest tundus välja tulevat asjaolu, et nemad samastavad privaatsust kontrolli puudumisega. Kuna need õpilased olid alles gümnaasiumis, siis võib järeldada, et motellis elamine on neile esmakordne pikem perest eemalolek ja suurema vabaduse olemasolu on igale noorele meelepärane. Privaatsust häirivaks teguriks pidasid mitmed õpilased toakaaslase olemasolu, kuna nendega tuleb arvestada. Iftikhar & Ajmal (2015, lk 511) sõnul on aga teiste õpilastega ja toakaaslastega kompromisside loomine iseseisva elu alustamise jaoks vajalik kogemus. Konse Motellis on aga võimalik ka suurema üürihinna eest saada endale eraldi tuba, siis motell on andnud võimaluse õpilastele, veelgi paremaks privaatsuse saamiseks. Sellise eraldi toa endale lubamine aga oleneb juba iga õpilase enda rahalistest võimalustest.

Privaatsust segavaks teguriks peeti ka motelli teiste klientide olemasolu. Eelkõige mõeldi nende all hooajatöölisi ja lihtsalt tavakliente, kes võisid olla tavapärasest lärmakamad või korratumad. Kuna paljudes tubades puudub eraldi vannituba, siis tuleb enamus õpilastel

kasutada ühiselt kasutatavaid pesuruumi ja wc-sid. Ka sellest võib loogiliselt järeldada, miks kõik õpilased ei ole privaatsusega täielikult rahul. Ka Lewinson & Morgan (2014, lk 246) uuringust tuli välja, et lärmakad ja soovimatud külalised ning ebapiisav privaatsus võivad küllastajates tekitada negatiivseid emotsioone ja rahulolematust. Ettevõtte seisukohalt vaadates, on motelli kodulehel märgitud, et mugavusteta tubades, ei ole eraldi pesuvõimalusi ning seega õpilased, kes selle asutuse endale elupaigaks valisid, pidid olema teadlikud sellest, et kui tuleb kasutada ühiseid pesuruumi ja wc-sid, siis tuleb leppida ka sellega, et privaatsus ei saa olla võib-olla nii hea, kui soovitakse. Iga inimene teab, kui palju ta on valmis majutuse eest maksma ja sellest tulenevalt on võimalus ka alati leida majutusasutusi, mille toad pakuvad rohkem mugavusi. Üldiselt saab aga ettevõtte privaatsust pidada heaks, kuna tegemist on väikeettevõttega ja hooajavälisel ajal on majas rahulik ja tasane keskkond, mis peaks õpilastele meelepärane olema.

Turvalisus – oluline nii õpilastele endale, kui ka lapsevanematele, kes lasevad oma lapsed kodust eemale elama. Parasuraman *et al.* (1988, lk 23) SERVQUAL mudeli järgi võib turvalisust pidada kindlustunde tekitajaks ja kui ettevõttel on võime klientidele turvatunne tagada, siis võib olla kindel, et majutusettevõttes tuntakse ennast hästi, mugavalt ja rahulolevalt. Uuringust tuli välja, et Konse Motellis ollakse turvalisuse seisukohalt vaadates suhteliselt ühisel arvamusel. Motelli peetakse turvaliseks ja ei leitud, et midagi oleks turvalisuse tagamiseks tegemata jäänud. Õpilastest paar rõhustas enda isiklikule hirmutundele, mis ei lase olla täielikult ilma valvsuseta ja tunda end täielikult turvalisena majutusasutuse keskkonnas. Töö autor leiab, et see on täiesti mõistetav seisukoht, sest erinevad harjumused/arusaamad turvalisuse tagamiseks tulevad juba väikesest peale meie kõigiga kodust kaasa. Kui lapsevanemad on õpetanud oma lapsi tähelepanelikumad olema, siis võib olla kindel, et erinevad harjumused nt uste lukustamise jms koha pealt leiavad aset ka väljaspool kodu. Töö autori seisukohalt vaadates võibki just klientide enda tunnete ning hirmude olemasolu arvestada kui eraldi tegurit rahulolu määramiseks, sest meil kõigil on erinevad arusaamad ja vajadused ning need võivad mõjutada ka hinnangut rahulolule.

Igal õpilasel on oma isiklik toa võti olemas, seega on tal turvalisuse tagamiseks ka endal oluline roll. Uste lukustamine, toast eemal oleku ajal või siis ka öisel ajal, tagab kõigile

suurema turvalisuse ja selle eest saab vastutada iga isik ise. Motelli välisukse õine lukustamine oli samuti mitmele õpilasele turvalisuse tagamise oluline tegur. See välistab, et öisel ajal, kui teenindaja ei ole alati välisukse juures, pääseks majja sisse keegi, kes seal olema ei peaks. Investeeritud on ka kaamerate peale, mis asuvad nii vastuvõtulaua juures, kohvikus kui ka teise korruse vahekoridoris. Mitmed õpilased pidasid lisaks kaameratele, turvalisuse seisukohalt oluliseks ka vähemalt ühe teenindaja ööpäevaringset majas viibimist. Kaamerate olemasolu annab probleemide tekkimise korral võimaluse süüdlase leidmiseks või neid juba eelnevalt ennetada. Need tulemused kinnitasid ka Lewinson & Morgan (2014, lk 260) väidet, et valvekaamerad, toa ukse lukustamine ja vastuvõtulaua töötaja on majutusettevõtete külastajatele olulisteks teguriteks turvalisuse seisukohalt. Lisaks nende uuringust tuli välja, et ümbruskonnas patrulliva politsei olemasolu on külastajatele oluline. Õpilaste vastustest aga see välja ei tulnud ning võib järeldada, et politsei olemasolu turvalisuse seisukohalt ei ole nii nähtavaks teguriks ja ei loo neile täiendavat turvatunnet.

Töö autor leiab, et ühe asjana turvalisuse tagamise seisukohalt, võiks mõelda uste soetamisele, mis lukustuksid sulgedes automaatselt. See tagaks, et toa võti oleks kogu aeg õige inimese kasutuses ning isegi lühiajaliste tubadest lahkumiste korral, oleks toas olev vara kindlalt kaitstud ka nendel klientidel, kes ei tunne otsest hirmu varguste vms ees või ei arva, et midagi sellist nendega juhtuda võiks. Isesulguvate uste olemasolu korral võivad küll tekkida probleemid, kui võtmed unustatakse tuppa, kuid see on väiksemaks probleemiks, kui võimalikud tekkivad vargused, mis võidakse läbi viia juba väikeste võimaluste korral. Motellil peaks olema selliste uste jaoks üldvõit, et vajadusel saaks võtme tuppa unustanud külastaja ukse lahti teha.

Õpilastele tagatud ööpäevaringe motelli sissepääsu võimalus näitab, et ettevõtte arvestab klientide erivajadustega ning on oma tegevuses paindlikud, mis seostub taaskord Parasuraman *et al.* (1988, lk 23) SERVQUAL mudeli teenindusvalmiduse ja sisseelamisvõime punktiga. Kuna Konse Motelli puhul on tegemist küllaltki väikese majutusettevõttega, siis on märkimisväärne, et majas on koha peal alati vähemalt üks teenindaja, kes tegeleb vajadusel klientidega ka öisel ajal ning laseb majja sisse, kui käiakse motellist eemal hilisemal kellaajal. Töö autor jagab arvamust ühe küsimustele

vastanud õpilasega, kelle meelest võiks õpilastel olla ka välisukse võti. See aitaks vältida töötajate õist segamist ning majja pääseb kiiremini, kui olukordadel, mil teenindaja ei ole välisukse läheduses ja ei kuule/näe hiliseid saabujaid.

Välisukse võtmete õpilastele jagamine võib endaga kaasa tuua aga ka võimalikke ohte. Õpilased võivad võtme kaotada ning seeläbi võivad need sattuda inimese kätte, kes võib seda kurjasti ära kasutada. Võimalik oleks aga õpilastele jagada võtmeid, mis ei oleks tähistatud selgelt ettevõtte nimega, logoga vms. See välistab, et võõras leidja teaks, millise koha võtmega tegu on. Muidugi võivad hakata ka õpilased neid võtmeid kurjasti kasutama, tuues majja inimesi, kes seal olla ei tohiks vms. Selliste olukordade mittetekkimiseks, tuleks õpilastele selgeks teha motelli reeglid ning keelud.

Füüsilise keskkonna väljanägemine on üheks olulisimaks rahulolu tagajaks või mitte tagajaks majutusettevõtetes õpilaste seisukohalt. Konse Motelli üldruumidega olid õpilased erinevatel seisukohtadel. Taaskord olid nooremas eas meessoost õpilased kõige rahulolevamad, mis puudutas füüsilise keskkonna väljanägemist. Kõik õpilased olid üldiselt rahul nende ruumide korrashoiuga, kuid enamasti leiti, et üldkasutatavad ruumid vajaksid uuenduskuuri. Kõige rohkem oldi rahulolematud pesuruumidega, mis olid üldises kasutuses. Töö autor leiab, et motellis tuleks läbi viia renoveerimine, mille käigus tuleks üle vaadata motelli torustik, uuendada santehnika, viia pesuruumides ja wc-des läbi uus plaatimine jms. Koridoridesse võiks värvimise teel lisada rohkem värvi. Oluline on, et kliente, eriti aga õpilasi, kes viibivad motellis pikemaajaliselt, saadaks üldruume kasutades positiivsed emotsioonid. Renoveerimine tuleks läbi viia madalhooajal ning Murphy (1985, viidatud Pegg, Pattersona, & Vila Gariddob, 2012, lk 661, vahendusel) ongi hooajalisus mõnele ettevõttele kasulik, sest just sellel ajal saab puudustele tähelepanu pöörata ning seejärel need parandada. Kuna ettevõtte pole madalhooajal kinni ning kliente majas viibib, siis ei saa kõiki renoveerimistöid kindlasti viia läbi kõikides ruumides üheagselt, vaid võtta käsile ruumid, mis tollel ajahetkel ei leia palju kasutust ning pesuruumi ja wc-sid on korruse peale mitmeid, seega ühe ruumi kinnipanemine, ei tohiks oluliselt külalistes rahulolematust tekitada, kui teised on kasutuseks avatud.

Motelli tubades veedavad õpilased suure osa oma päevast ja õppeaasta jooksul kokkuvõttes väga suure hulga aega ning nende tubade seisukorda võib pidada väga olulise

tähtsusega teguriks rahulolu seisukohast. Uuringust selgus, et enda tubadega olid kõik õpilased rahul, kuid ka nendes annaks läbi viia parendusi, et õpilastel oleks seal veelgi parem elada, veeta oma vaba aega ning õppekeskkond oleks hea. Tubades peeti heaks seda, et seal olev mööbel ning tehnika on korralik ja terve. Kõik olid rahul toas oleva õppimiseks sobiva lauaga, televiisori ja väikese külmkapiga. Televiisor annab õpilastele võimaluse vaba aja veetmiseks ning külmkapi olemasolu võimaldab õpilastel oma toiduasjade toas hoidmise ning ei pea käima alumisel korrusel asuvas köögis oma asjade järel. Leiti aga, et televiisorid võiksid olla uuemad ning suuremad. Töö autor soovitab ettevõttel järk-järgult tubades olevat elektroonikat uuendada.

Ettepanekutena toodi õpilaste poolt välja ka tubade valgustuse täiendamine ja võimaluse korral lisamööbli paigutamine tubadesse. Tubades on enamasti ainult üks laelamp ning seetõttu jäävad pimedal ajal toad väga hämaraks, kuid õpilaste seisukohalt vaadatuna on väga oluline tubades õige valgustuse olemasolu. Pikemaajaliselt motellis elevad õpilased, vajavad ruumi oma asjade paigutamiseks, kuid praegu motelli tubades on asjade paigutamiseks väga vähe võimalusi. Üldiselt on toa peale, kas üks riiul, või sahtlitega kummut. Koht, mis ei ole küll kodu, peaks siiski olema hubane ja koduse tunnetusega. Seega oleks hea, kui õpilastel oleks võimalusi oma asjade ära paigutamiseks, et ei peaks elama „kohvri otsas“, ning et õpilane ei peaks oma isiklikku mööblit motelli tooma rahulolu tagamiseks.

Töö autor toobki ettepanekuna välja lisamööbli paigutamise tubadesse, kuhu see on ruumi poolest võimalik ja kindlasti tuleks mõelda tubade valgustamise täiendamisele. Kaasa aitaks isegi laualambi lisamine või seinalampide lisamine voodite peatsisse. Kvaliteedi ja rahuolu hindamiste teguritest pidasid Parasuraman *et al.* (1988, lk 31-35) füüsilist keskkonda vähem tähtsaks kui teisi SERVQUAL mudeli tegureid. Õpilastega läbiviidud intervjuudest, aga ilmneb, et just füüsiline keskkond on nende jaoks olulisim rahulolu tagaja, kuna nende poolsetest ettepanekutest jäid peamiselt kõlama just materiaalse väärtusega soovitud muutused. Õpilastele välisukse võtme andmine, tubades valgustuse parandamine, tehnika uuendamine nii tubades kui ka ühistes ruumides ja tubadesse lisamööbli paigutamine, on parendused, mida on võimalik ära teha. Kõik see nõuab küll

raha, kuid järk-järguline motelli elanike soovide täitmine, ei tohiks olla ettevõttele üle jõu käiv.

Korralikult toitumine, on ka eduka õppimise jaoks üheks oluliseks asjaoluks, seega on ühisköögi olemasolu Konse Motelli juures väga positiivseks teguriks. Nutt (2010) käsitlese järgi on pikaajalist majutusteenust pakkuvates ettevõtetes olemas kõik, mis on normaalseks eluks vajalik ning söögivalmistamise võimaluse olemasolu on üheks selliseks oluliseks asjaoluks, et ettevõttes kaua viibivad kliendid tunneksid end rahulolevalt. Konse Motellis, on õpilastel võimalik kööki kasutada igal ajal ning kogu vajaliku tehnika ja söögiriistade olemasolu, annab õpilastele suurepärase võimaluse ilma suurema vaevata söögi valmistamiseks.

Köögis on olemas nii pliit, veekeetja, mikrolaineahi kui ka kaks külmkappi ning mõni aeg tagasi viidi seal läbi väike remont, mille käigus lisati ka pliidi kohale pliidikubu. Just pliidikubu puudumine, oli ühe varasemalt Konse Motellis elanud õpilase seisukohalt, köögi puhul negatiivseks aspektiks. Kuna selline parendus viidi ettevõttes läbi ilma klientide poolsete ettepanekute saamise, siis see näitab, et ettevõtte on ise teadlik, mida oleks võimalik parendada klientide rahulolu tagamiseks ning jooksvalt erinevaid uuendusi motellis läbi ka viidakse.

Õpilastele valmistas köögi olemasolu üldiselt rahulolu, leiti vaid, et tehnika ning söögi valmistamise nõud, võiksid köögis olla uuemad. Kõik oli köögis toimiv, kuid vanavõitu. Rahaliste võimaluste korral võiks ettevõtte teha investearu uuemasse köögi varustusse. Selline ühekordne investearu oleks aga pikemaajaliselt kasulik ja tagaks klientide suurema rahulolu.

Lisateenuste müük on lisaks majutusteenuse müümisele majutusettevõtte jaoks olulisel kohal. Lisateenuste kaudu annaks ettevõtte lisatulu teenida ka õpilaste pealt, kui nende jaoks tehtaks soodsad pakkumised. Butler (2001, lk 13) tõi samuti hooajavälisel ajal ettevõtte ressursside maksimaalseks ära kasutamiseks ettepanekuna välja eristav hinnakujundus ja maksustamine. Uuringust selgus, et lisateenuseid on õpilased kasutanud vähe. Mõni üksik on kasutanud kohviku teenust või pesupesemise teenust koos pesukuivatusteenusega ning ühel korral kasutati ka rattalaenu. See näitab, et vähemalt



madalhooajal ei tegeleta ettevõttes eriliselt lisateenuste müügiga, vaid oodatakse pigem ise, kuniks kliendid midagi soovivad. Kasutatud lisateenustega oldi rahul.

Konse Motellile oleks aga pikemas perspektiivis kasulik, kui pakutaks õpilastele soodsama hinnaga rattalaenu, pesupesemist, sauna kasutust vms. Tuleb arvestada sellega, et õpilased ei ole valmis või võimelised lisateenuste eest tasuma summat, mida on võimelised maksma kõrghooajal motellis peatuvad inimesed. Ühe võimalusena pakub töö autor välja näiteks kuupõhised sooduspakkumised õpilastele. Näitena võiks näiteks olla õpilastel ühel/kahel korral kuus pesupesemine poole hinnaga vms või leppida õpilaste jaoks kokku lihtsalt lisateenuste kasutamiseks soodsamad hinnad. See paneks õpilased võib-olla rohkem märkama lisateenuste olemasolu ja seeläbi kasvaks ka lisateenuste kasutamine nende poolt.

Teenindust võib pidada iga ettevõtte juures vaieldamatult tähtsaks teguriks. Kui teenindus on puudulik, on seda ka terve pakutav teenus. Konse Motelli teenindust võib uuringu põhjal pidada väga heaks. Peaaegu kõigi vastanute suust tulid teenindajate kohta ainult head sõnad ja õpilastele meeldis, et Konse Motelli töötajad on nooremeelsed ja nendega on lihtne suhelda ning probleemide tekkimisel alati abivalmid. Üks intervjuueeritud õpilastest pidas teenindajate suhtumist õpilastesse liialt vabameelseks. See näitab, et teenindajad ei lähtu suhtluses alati igast konkreetsest kliendist eraldi, vaid kõiki õpilasi rühmitatakse pigem just noorte alla ja käitatakse suhtluses nendega ühtviisi vabameelselt.

Karyopouli & Koutra (2013, lk 58) juhtisid tähelepanu aga asjaolule, et ettevõtte peab mõitsma iga konkreetse kliendi vajadusi ning soove ja sellest lähtuvalt valida ka suhtlusviisi. Töö autor peab väga positiivseks asjaolu, et teenindajad suudavad oma klientidega samastuda ning see teeb küllastajate viibimise majutusasutuses väga meeldivaks kogemuseks. Tulevikus võiksid aga teenindajad õpilasi ajapikku rohkem tunda õppida ja sellest tulenevalt valida iga õpilasega suhtlemiseks sobiv suhtlusmaneer.

Konse Motelli tegevus sõltub hooajavälisel ajal paljuski just õpilaste sealviibimisest ning nende õpilastele oleks tagatud sellise keskkonna olemasolu, mis ka õppimise seisukohalt

tagaks rahulolu. Õpilaste arvamused peaksid seetõttu olema väga olulisel kohal, mis peavad silmas, hea õppekeskkonna säilitamist ning parendamist. Arvamustes tuli esile nii materiaalseid asjaolusid kui ka teisi nende meelest parendavaid ettepanekuid. Välja toodi õpilastele välisukse võtme andmist, tubades valgustuse parandamist, tehnika uuendamist nii tubades kui ka ühistes ruumides ja tubadesse lisamööbli paigutamist, mis on ka töös varasemalt ära märgitud. Üheks märkimisväärsemaks negatiivsemaks asjaoluks pidasid õpilased WIFI probleeme, sest seda mainisid kõik peale ühe õpilase. Soovi avaldati ka veel ühe ühiselt kasutatava köögi ning eraldi sissepääsu loomistõpilaste jaoks.

Tuleks üles leida, selgeks teha ning parandada WIFI võimalikud probleemid, olgu selleks siis halb leviala või pidev WIFI katkemine. Tuleks vajadusel muretseda lisaruuterid ja kui olemasolevad on juba vanad, tuleks ka need välja vahetada, et erinevaid probleeme minimeerida. Ühe köögi lisaks tegemine oleks ettevõtte jaoks juba keerulisem ja kulukam tegevus ning ei tasuks end ka arvatavasti ära, sest madalhooajal ei ole ka juba olemasolevas köögis nii suur kasutatavus ning seetõttu tekiks olukord, kus mõlemad köögid leiaks vähest kasutatavust. Mugavam oleks muidugi, kui köök oleks õpilaste eluruumidega samal korrusel, kuid töö autori meelest, ei tasuks materiaalselt see end ära, sest hästi tullakse toime ka olemasoleva kööbiga.

Eraldi sissepääsu loomine õpilastele oleks võimalik, kuid ettevõtte seisukohalt on arusaadav, miks seda veel tehtud ei ole. Töötajatel peab olema ülevaade sellest, kes motellis viibivad, et külastajad ei hakkaks neile osutatud võimalusi kurjasti ära kasutama (võõraste inimeste sissetoomine jms). Eraldi sissepääs tagaks õpilastele kindlasti suurema privaatsuse ning rahulolu, kuid praegune ühine sissepääs on nii väikese majutusettevõtte jaoks, nagu seda on Konse Motell, heaks lahenduseks.

Rahulolu hinna ja kvaliteedi suhtega külastajate silmis, annab otseselt ettevõttele märku, kas nende pakutavate teenuste hind on ka reaalsuses samaväärne saadava teenusega. Al-Msallam (2015, lk 234) väidab, et ettevõtte parimaks strateegiaks on õiglase hinnaga teenuse pakkumine, kuna see tagab klientide rahulolu. Uuringust selgus, et õpilased olid nendelt küsitava üürirahaga väga rahul ja võib öelda ka, et põhjendatult. Oldi rahul sellega, mida nad majutusteenusena said ja eriti positiivselt olid nad meelestatud tänu

maksmiskorraldusele. Konse Motellis suhtutakse õpilastesse empaatiliselt ning arvestatakse nende maksmisvõimalustega.

Motellil on õpilaste suhtes kindlustunne, sest nad on veendunud, et raha makstakse ära, kuigi see võib-olla vähesel määral hilineb. Samuti ollakse paindlikud ning maksmiseks on mitmeid erinevaid võimalusi, mille vahel klient saab ise valida. Töö autor leiab, et majutustevõttes peaks olema suurem kord, mis puudutab rahaasju ning ei tohiks õpilastele teha liiga suuri ajalisi järele andmisi, kuid samas on töö autor arvamusel, et kui õpilasi usaldatakse ning kui senine maksesüsteem on toimiv, ei näe autor vajadusi selle muutmiseks.

Ühe intervjuueeritava vastusest tuli välja, et Konse Motell on viimase paari aasta jooksul õpilastelt küsitava toa üürihinda tõstnud. Kuna aga õpilased on olnud nõus teenuse eest maksuma ka selle kallinedes, näitab see Berezan *et al.* (2013, lk 4-5) sõnul lojaalsust ettevõtte suhtes ning samal ajal ka kliendirahulolu. Hinna tõstmine ettevõtte poolt on mõistetav, kui on leitud, et selleks on vajadus ning tuntakse, et pakutav teenus on rohkem väärt, kui esialgu küsiti. Sellised hinnamuutused ei tohiks olla aga pidevad ega suured, sest see võib kliente peletada. Konse Motell peakski leidma võimalikult optimaalse hinna õpilastele pakutava teenuse eest ning seda võimaluse korral piisavalt kaua ka ühel tasemel hoidma.

Töö uuringust selgus, et õpilaste ehk ühtede pikaajalise majutusteenuse klientide sihtrühma jaoks, olid rahulolu tagamiseks soovid/vajadused/ettepanekud rohkem materiaalse väärtusega ja vähesemal määral on tähelepanu pööranud emotsionaalsetele jms vajadustele. Üldiselt aga järeldub, et õpilased on Konse Motellis pakutava pikaajalise majutusteenusega rahulolevad, kuid erinevate muudatuste ja parenduste läbiviimine aitaks kindlasti kaasa rahulolu tõstmisele ja uute õpilastest elanike tekkimiseks kuid samas ei ole ka praegune sealne olukord takistuseks õpilaste täisväärtuslikule elule. Uuringust ei selgunud erilisi erinevusi hetkel teenust kasutavate ning mittekasutavate õpilaste seisukohalt. Arvamused rahulolu seisukohalt olid sarnased, olenemata sellest, kas hetkel Konse Motellis koha peal viibiti või mitte. Uuringust selgus aga uudne asjaolu, seoses õpilaste enda tunnete/hirmude/harjumuste ja muu sellisega. Tuli välja, et õpilaste puhul on oluliseks rahulolu tagamise teguriks just võimalikud

isiklikud aspektid, mis paneb külastajaid teenuseid erinevalt tajuma või muudavad mingi rahulolu teguri külastajate jaoks teisteks olulisemaks.

Kinnitust sai ka see, et teenuse kvaliteedi juures peavad ka õpilased oluliseks SERVQUAL mudeli juures välja toodud komponente, kuid nende juures peaks arvestama ka teisi teoreetikute poolt välja toodud tegureid (privaatsus, turvalisus, hind, isiklikud emotsioonid/tunded/vajadused jms), mis looks veelgi suurema kliendirahulolu.

## KOKKUVÕTE

Turismisektoris tegutsevatele ettevõtetele on klientide rahulolu oluliseks teguriks. Rahulolu on oluline organisatsiooni maine kujundamisel, konkurentsipüsimisel, kliendisuhete püsimisel ja ka kasumi teenimisel. Konkurents on turismiturul tihe ja seega leiavad paljud majutusettevõtted hooajavälisel ajal alternatiive, et ka sellel ajal oleks kliente, kellele oma teenuseid müüa. On oluline, et ka nende klientide rahulolu oleks tagatud.

On oluline, et ettevõtte mõistaks oma kliendi soove ja vajadusi ning tagaks klientidele rahulolu ka madalhooajal. Kõik kliendid, olenemata seisusest on arvatavasti teadlikud, millised on nende õigused teenuseid ja tooteid tarbides. Kui klient kulutab tootele või teenusele raha, ootab klient ka sellega seosnevat rahuldust. Ei ole oluline, kas tegu on rikkamast klassist elanikega, kes külastavad majutusasutust kõrghooajal või õpilastega, kes on ettevõtte valinud endale ajutiseks elupaigaks, rahulolu on oluline iga kliendi jaoks.

Peamisteks rahulolu mõjuteguriteks erinevate autorite arvates võib pidada ettevõtte usaldatavust, kindlust, teenindusvalmidust, ettevõtte võimet klientide erisoovidega arvestamist, füüsilise keskkonna väljanägemist ning samuti on oluliseks klientide privaatsus, turvalisus ning hinna ja kvaliteedi suhe.

Selleks, et välja selgitada, millised on hooajalist teenust kasutavate õpilaste ootused ja soovid ning milline on nende rahulolu, tuleb ettevõttel korraldada rahulolu puudutavaid uuringuid ning saadud tulemusi analüüsida ja sellest tulenevalt vajaduse korral läbi viia ka muudatusi. Kliendi rahulolu võivad mõjutada väga mitmed erinevad tegurid, seetõttu peaks ettevõtte võtma endale eesmärgiks nende tegurite väljaselgitamise, et tagada klientidele veelgi suurem rahulolu.

Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada millised tegurid mõjutavad õpilaste rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel ning sellest lähtuvalt esitada ettevõttele ettepanekus olemasoleva teenuse arendamiseks. Eesmärgi täitmiseks töötas autor läbi erinevaid teoreetilisi allikaid hooajalisuse, rahulolu ja selle mõjutegurite kohta.

Uuringu küsimused sisaldasid endas rahulolu majutusteenusega ja lisateenustega Konse Motellis. Uuringu seisukohalt on oluliseks SERVQUAL mudeli juures välja toodud komponendid ning lisaks võeti arvesse ka teiste teoreetikute poolt välja toodud tegureid (privaatsus, turvalisus, hind, isiklikud emotsioonid/tunded/vajadused jms), mis looks veelgi suurema kliendirahulolu. Uurija kasutas uuringu läbiviimiseks kvalitatiivset uuringu meetodit, milleks oli poolstruktureeritud intervjuu. Uurijal oli intervjuude läbiviimiseks koostatud struktureeritud küsimustik. Intervjueeritavatel küsiti samu küsimusi, mis andis hiljem võimaluse nende võrdlemiseks. Küsiti võimalikult palju avatud küsimusi, mille abil sai vastaja paremini oma hinnanguid ja arvamusi kajastada. Igat õpilast intervjueeriti eraldi..

Küsiti selle kohta, kuidas on nad pakutava majutusteenusega rahul, kas nad kasutavad ettevõtte poolt pakutavaid lisateenuseid ja kui jah, siis milliseid. Samuti uuriti, kas on midagi, mis sealsetele elanikele ei meeldi, või on midagi, mida peaks uuendama või paremaks muutma. Uuring viidi läbi 2016. aasta märtsikuu kahe esimese nädala jooksul. Kokku intervjueeriti 9-sat õpilast, kes Konse Motellis uuringu ajal elasid või elasid seal viimase aasta jooksul.

Uuringust järeldus, et õpilasted on Konse Motellis pakutava pikaajalise majutusteenusega rahulolevad. Majutusteenuse juures ei ilmnenud suuri puuduseid, kuid siiski oleks asjaolusid, mida annaks parandada, lisada või täiendada. Uuringust järeldus, et enamus õpilased vajavad peamiselt materiaalist heaolu rahulolu saamiseks. Kõige suuremaid puudusi nähtigi just motelli väljanägemisega, sisustusega, tehnikaga jms. Üldiselt oldi küllaltki rahul motellis valitseva turvalisusega, privaatsusega ning hinnatasemega. Uuringust selgus uudne asjaolu, seoses õpilaste enda tunnete/hirmude/harjumuste ja muu sellisega. Selgus, et õpilaste puhul on oluliseks rahulolu tagamise teguriks just võimalikud isiklikud aspektid, mis panevad külastajaid teenuseid erinevalt tajuma või

muudavad mingi rahulolu teguri külastajate jaoks teisteks olulisemaks. Ettevõttele esitati erinevaid parendusvõimalusi, mis teeks õpilaste rahulolu ettevõttega kindlasti suuremaks.

Käesoleva lõputöö teoreetiline osa, uuringu analüüsi tulemused ja selle põhjal esitatud järeldused ning ettepanekud, võiksid Konse Motellil aidata parendada pikaajalist majutusteenust saavate õpilaste rahulolu teenusega ja samal ajal parandada ka ettevõtte üldist väljanägemist. Edasisi uuringuid võiks viia läbi rohkem sellise külje pealt, kas ja kuidas just majutusasutustes pikaajaliselt elamine, mõjub õpilaste õppe edukusele.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Al-Msallam, S. (2015). Customer Satisfaction and Brand Loyalty in the Hotel Industry. *European Scientific Journal*, 1, 232-251.
- Asgarpour, R., Hamid, A. B., & Sulaiman, Z. B. (2015). Efficiency or Inefficiency of Customer Satisfaction as one of the Main Antecedents of Customer Loyalty in Tourism and Hospitality Industry. *Advanced Science Letters*, 21, lk 1842-1844.
- Berezan, O., Raab, C., Yoo, M., & Love, C. (2013). Sustainable Hotel Practices and Nationality: The Impact on Guest Satisfaction and Guest Intention to Return. *International Journal Of Hospitality Management*, 34(1), 227-233.
- Bricki, N., & Green, J. (2007). A Guide to Using Qualitative Research Methodology. Retrieved from [www.alnap.org/pool/files/qualitative-research-methodology.pdf](http://www.alnap.org/pool/files/qualitative-research-methodology.pdf)
- Burton, C. (2013). Seasonality in hotels: revenue management strategies you should adopt to change with the weather. Retrieved from <http://blog.trginternational.com/bid/186533/Seasonality-in-hotels-revenue-management-strategies-you-should-adopt-to-change-with-the-weather>
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in Tourism: Issues and implications. rmt: T. Baum, & S. Lundtorp (Toim-d), *Seasonality in Tourism* (lk 5-23). Oxford, United Kingdom: Pergamon.
- Datko, J. (2015). Semi-structured interview in language pedagogy research. *Journal of Language and Cultural Education*, 3(2), 142-156.
- Duro, J. A. (2016). Seasonality of hotel demand in the main Spanish provinces:. *Tourism Management*, 52, lk 52-63.
- Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2014-2020. Riigiteataja. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/3191/1201/3015/lisa.pdf>
- Fedoroff, P. (2008). Comparing service quality performance with customer service quality needs. Explanation of the SERVQUAL Methodology of Zeithaml,



- Parasuraman, Berry. Retrieved from [http://www.12manage.com/methods\\_zeithaml\\_servqual.html](http://www.12manage.com/methods_zeithaml_servqual.html)
- Geieregger, E., & Oehmichen, A. (2008). A home for the modern nomad: Extended stay hotels. *Journal of Retail & Leisure Property*, 7(3), 216–233.
- Goldstein, S. D. (2009). *Superior Customer Satisfaction and Loyalty: Engaging Customers to Drive Performance*. Milwaukee: ASQ Quality Press.
- Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2010). *Customer Satisfaction Evaluation. Methods for Measuring and Implementing Service Quality*. New York; Dordrecht; Heidelberg; London: Springer Science + Business Media.
- Hallisey, J. N., Harren, V. A., & Caple, R. B. (2015). Roommate Changes in Residence Halls: Can They Be Predicted? *Journal of College & University Student Housing*, 41(2), 98-103.
- Holjevac, I. A., Markovic, S., & Raspor, S. (2010). Customer Satisfaction Measurement In Hotel Industry: Content Analysis Study. Retrieved from <https://bib.irb.hr/datoteka/397335.PAP039.pdf>
- Iftikhar, A., & Ajmal, A. (2015). A Qualitive Study Investigating the Impact of Hostel Life. *International Journal of Emergency Mental Health and Human Resilience*, 17(2), 511-515.
- Jang, S. (2004). Mitigating Tourism Seasonality. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 1k 819-836.
- Jeffrey, D., & Barden, R. R. (2001). An Analysis of the Nature, Causes and Marketing Implications of Seasonality in the Occupancy Performance of English Hotels. rmt: T. Baum, & S. Lundtorp (Toim-d), *Seasonality in Tourism* (1k 119-141). Oxford, United Kingdom: Pergamon.
- Kalmus, V., Masso, A., & Linno, M. (2015). Kvalitatiivne analüüs. Loetud aadressil <http://samm.ut.ee/kvalitatiivne-sisuanalyys>
- Karyopouli, S., & Koutra, C. (2013). Mature Coastal Mediterreanean Destinations: Mitigating seasonality. rmt: C. Costa, E. Panyik, & D. Buhalis (Toim-d), *Trends in European Tourism Planning and Organisation* (1k 48-64). Great Britain: Channel View Publications.

- Kennedy, E., & Deegan, J. (2001). Seasonality in Irish Tourism, 1973-1995. rmt: T. Baum, & S. Lundtorp (Toim-d), *Seasonality in Tourism* (lk 51-75). Oxford, United Kingdom: Pergamon.
- Knutsun, B. J. (2009). Service Quality Monitoring and Feedback Systems. rmt: J. Kandampully, C. Mok, & B. Sparks (Toim-d), *Service Quality Management in Hospitality, Tourism, And Leisure* (lk 143-156). New York: Routledge.
- Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O'Mahony, B., & McMurray, A. (2008). Seasonality in the Tourism Industry: Impacts and Strategies. Gold Coast, Queensland, Australia.
- Lewinson, T., & Morgan, K. (2014). Living in Extended-Stay Hotels: Older Residents' Perceptions of Satisfying and Stressful Environmental Conditions. *Journal of Housing for the Elderly*, 28(3), 243-267.
- Lewinson, T., Hopps, J., & Reeves, P. (2010). Liminal living at an extended stay hotel: Feeling "stuck" in a housing solution. *Journal of sociology and social welfare*, 37(2), 9-34.
- Mishra, A. N. (1994). *Students and Hostel Life*. New Delhi: Mittal publications.
- Nutt, A. (2010). What Does Extended Stay Hotels Mean? Retrieved from <http://extendedstayhotelguide.blogspot.com.ee/2010/01/what-does-extended-stay-hotels-mean.html>
- Ogle, A. W., & Fanning, S. (2013). The hotel comment card: A motivator of guest satisfaction. *An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty*, 1(1), 1-16.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Reis, M., Matias, J. C., & Azavedo, S. G. (2014). The Importance of Total Quality Management on Customer Satisfaction. *Conference paper: VI Encontro de Investigadores da Qualidade*. Covilha.
- Semi-structured Interviews*. (2006). Robert Wood Johnson Foundation. Retrieved from <http://www.qualres.org/HomeSemi-3629.html>

- Setó-Pamies, D. (2012). Customer loyalty to service providers: Examining the role of service quality, customer satisfaction and trust. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(11/12), lk 1257-1271.
- Short-Term and Tourist Accommodation Working Party Report and Complaints*. (2004). *Handling*. Manly Council. Retrieved from <http://www.manly.nsw.gov.au/IgnitionSuite/uploads/docs/SHORT-TERM%20AND%20TOURIST%20ACCOMMODATION.pdf>
- Turismiseadus*. (2001). *Riigiteataja*. Loetud aadressil <https://www.riigiteataja.ee/akt/TurS>
- Vallen, G. K., & Vallen, J. J. (2013). *Check-in Check-Out: Managing Hotel Operations* (9th tr.). New Jersey: Pearson.

## **Lisa 1. Küsimused õpilastele**

1. Kui vana te olete? Mis erialal te õpite?
2. Kaua olete Konse motellis elanud?
3. Kas nädalavahetustel käite pigem kodus või mitte? Millistel põhjustel?
4. Kuidas olete rahul ettevõtte viidastamissüsteemiga (leitavusega)?
5. Milliseks hindate oma privaatsust motellis elades? Kas jagate kellegagi tuba?
6. Kas tunnete end motellis elades turvaliselt? Mis Teile turvalisuse tagab?
7. Kas võite motellist lahkuda ja tagasi tulla, siis kui soovite? Või peab kinni pidama mingitest kellaaegadest?
8. Kuidas olete rahul motelli üldruumidega, nt pesemisruumidega, tualettidega, koridoridega jms? Kuidas hindate pakutavaid mugavusi, magamistingimusi jms?
9. Kuidas hindate teenindust Konse motellis? Milline on töötajate suhtumine, abivalmidus, probleemide lahendamine jms?
10. Kas ja milliseid lisateenuseid olete kasutanud motellis? Nt pesupesemine, kohviku külastamine, rattalaenus vms. Kuidas olete nendega rahul?
11. Üüriraha sees on ka ühisköögi kasutamine. Kui rahul olete Te sellega? Kas köök on piisavalt varustatud kõige vajalikuga, nt nõudega jms. Milline on sealse tehnika olukord? Kas saate kööki kasutada Teile sobival ajal?
12. Mida majutusettevõtte saaks Teie arvates teha, et luua Teile jaoks meeldiv õppekeskkond?
13. Kuidas olete rahul Konse Motellis pakutava hinna ja kvaliteedi suhtega? Kuidas toimub teenuste eest tasumine ja kas olete sellise korraldusega rahul?

## **SUMMARY**

### **STUDENTS' SATISFACTION WITH EXTENDED STAY ACCOMMODATION ON THE EXAMPLE OF KONSE MOTEL**

Karoly Nurmik

Customer satisfaction is one of the key factors for the enterprises operating in the tourism sector. Accommodation companies need to pay attention to the expectations and wishes of the customers to ensure customer satisfaction. Customer satisfaction is important for creating an image, remaining competitive, maintaining customer relationships and earning profit. Competition is big on the tourism market, therefore it is important that companies maintain activity in the low season. Because of that, many companies find alternatives for the sale of their services, during the low season. It is essential, that customer satisfaction is guaranteed at all times, regardless of the season.

Unfortunately, the quality of services in tourism, can often depend on the time. During the high season, for example, in the main holiday season (summer), hotels are usually full and service providers need to be fast, to ensure customer satisfaction. But it may happen that service providers are unable to be as attentive to clients as they wish, in the high season. However, it can also occur that service quality may deteriorate, even when the company has fewer clients. Boredom may grow in employees and motivation might fall. Therefore, it is important to study customer satisfaction also during the low season. This is the period when companies should have more time to devote themselves to customers and by that provide customer satisfaction.

Thesis topic choice is motivated by the problem that in Estonia, there is a clearly recognizable low and high season, in the field of tourism. Any company that operates in

this area, has to face various challenges, including seasonality. It affects all Estonian companies operating in the tourism business to greater or lesser extent. To reduce seasonality, businesses use various strategies to maximize the income and the level of occupancy, regardless of the effects of seasonality.

Offering extended stay accommodation might be considered to be one of the strategies to fight seasonality. Some accommodation businesses offer opportunities for extended stay, in addition to their traditional services. For example, the city of Pärnu in Estonia, has a number of educational institutions, which do not have housing for students. Therefore, students are obliged to find alternative accommodation options. In Pärnu, however, several accommodation businesses have thought of students, and also for their own gain, offering housing for students in low season. For example, it is stated on Pärnu College website ([pc.ut.ee](http://pc.ut.ee)) that such companies, such as Hotel Vesiroos, Sadama Villa Guesthouse, Hotel Bristol, Villa Meri *et al.*, offer extended stay accommodation to students. Thus, students satisfaction with extended stay accommodation is a topical subject.

This paper examines students' satisfaction with extended stay accommodation service in Konse Motel Pärnu. Konse Motel is also a business, which houses students during low seasons, in addition to the above mentioned companies. Konse Motel was chosen, because students have been housed there for many years already and the author herself lived there as a student for a longer term. Konse Motel is part of the Konse Campsite. It includes the caravan park and the motel. Konse Campsite is a family business and is situated on the banks of the River Pärnu and the centre of the city of Pärnu is about 15-minute-walk away. Konse Campsites' main area is focused on offering accommodation to passengers with caravans but during low season for one additional direction, it offers long-term accommodation for students.

The aim of the study was to find out the level of students' satisfaction with the extended stay accommodation service in Konse Motel, based on the results of the study and to give suggestions for improvement. In order to achieve the goal, the author analyzed various Estonian and English theoretical sources of seasonality in accommodation businesses, extended stay accommodation and customer satisfaction with the tourism products as well

as possibilities to measure satisfaction. In the study, answers for several questions were wished to be found, for example, what was students' level of satisfaction with consumed accommodation service, what factors influenced satisfaction, what could improve the service, what are the suggestions made by clients, etc.

Qualitative method was used as a study method, in other words, the study was conducted using the answers collected by conducted semi-structured interviews. The author prepared the questions for semi-structured interviews quite non-traditionally, by combining SERVQUAL model (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) components (reliability, assurance, responsiveness, empathy, tangibles) and standpoints from Lewinson and Morgan (2014) and Al-Msallam (2015) studies (socialization, security, privacy, price of service). Content analysis was used to analyze the survey results. Interviews were conducted using a premeditated sample, with nine students currently living in Konse Motel or lived there last year. Their answers to the 13 interview questions were the base for the study. Students were asked closed questions to obtain factual data as well as open-ended questions, by which they could easily pass their own judgements and opinions. All students were interviewed separately.

The study gave quite positive results. It can be concluded that students were relatively satisfied with the extended stay accommodation offered by Konse Motel. Despite the fact that the study gave rather positive results, the company can still make a variety of improvements to maintain customer satisfaction and increase satisfaction with the services offered to students.

Based on the study results, students' satisfaction can be further improved by various aspects. Adding socialization opportunities in recreational room form, would raise the students' satisfaction with extended stay accommodation. Renovation and interior and technology upgrades can be considered the most important in terms of students. This shows, that young students are quite tangible and the physical side of the business is an important guarantor of satisfaction.

The author has also given several more recommended suggestions to improve students' satisfaction in relation to the offered extended stay accommodation at Konse Motel. In

order to ensure even better safety, the company should think of self-closing doors of the rooms. This would ensure that the room key would be in the right occupancy at all times. Even for short-term exit, clients' assets would be protected. The author believes that renovation should be carried out in the motel. Plumbing upgrades, sanitary upgrades, new tiling in washrooms and toilets should be done. Hallways also need more color. Another recommendation is that rooms need better lightning and possibly additional furniture. The commonly-used kitchen also needs newer equipment. If there are financial opportunities.

If there are financial opportunities, in terms of satisfaction of students and thereby other customers, Konse Motel should really consider making the investments for improving the physical side of the company. Also, it would be beneficial in the long run if Konse Motel offered students discounts for additional services (use of washing machine/dryer, bicycle rental, use of sauna etc.). Students would use more of these services and the company could generate additional revenue.

The study revealed an interesting fact: the customers' personal feelings, fears and habits can be taken into account as separate factors determining the satisfaction, because all people have different perceptions and needs and that can also affect the assessment of satisfaction. Companies must familiarize themselves with the wishes and expectations of the customer and be willing to fulfill them.

The author believes that this study met its objective. The theoretical part of the study, the results and suggestions may help Konse Motel improve the level of students' satisfaction and thereby also find new clients. This work could also be of interest to all businesses that offer extended stay accommodation service.



**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Karoly Nurmik,

annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

“Õpilaste rahulolu pikaajalise majutusteenusega Konse Motelli näitel“,

mille juhendaja on Tiina Viin.

1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **19.05.2016.**